UNIVERSITATEA *SPIRU HARET*
FACULTATEA DE SOCIOLOGIE-PSIHOLOGIE

GABRIELA POPESCU

PSIHOLOGIA CREATIVITĂȚII

Ediția a III-a

EDITURA FUNDAȚIEI *ROMÂNIA DE MÂINE*
Bucureşti, 2007

© Editura Fundației *România de Mâine*, 2007

Editura acreditată de Ministerul Educaţiei şi Cercetării
prin Consiliul Naţional al Cercetării Ştiinţifice
din Învăţământul Superior

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
POPESCU, GABRIELA
Psihologia creativităţii / Gabriela Popescu – Ed. a 3-a
- Bucureşti: Editura Fundaţiei *România de Mâine*, 2007
Bibliogr.
ISBN 978-973-725-869-4

159.954.4

Reproducerea integrală sau fragmentară, prin orice formă
şi prin mijloace tehnice, este strict interzisă
şi se pedepseşte conform legii.

*Răspunderea pentru conţinutul şi originalitatea textului
revine exclusiv autorului/autorilor.*

Redactor: Octavian CHEŢAN
Tehnoredactor: Florentina STEMATE
Coperta: Stan BARON

Bun de tipar: 15.05.2007; Coli tipar: 9
Format: 16/61 x 86

Editura Fundaţiei România de Mâine
Bulevardul Timişoara nr. 58, Bucureşti, Sector 6
Tel./Fax 021/444.20.91; www.spiruharet.ro
e-mail: contact@edituraromaniademaine.ro

CUPRINS

Universitatea SPIRU HARET

Universitatea SPIRU HARET

1. **NOȚIUNI INTRODUCTIVE**

1.1. **Delimitări conceptuale**

Preocuparea pentru creativitate, manifestată după anul 1950, este justificată de importanța pe care această dimensiune o are pentru probleme de natură socială, economică, culturală; această preocupare este demonstrată de numărul mare al publicațiilor pe această temă. Importanța creativității a fost subliniată de J.P. Guilford, în 1950, după care ea a intrat în atenția studiilor şi cercetărilor din mai multe universități ale lumii. Deşi foarte veche ca interes pentru ceea ce reprezintă contribuția fiecărui individ la destinul cultural al omenirii, modul de abordare ştiințific este de dată relativ recentă.

Cel care introduce termenul de creativitate în psihologie este G. Allport, în 1937, dar el reducea noțiunea la atitudini, inteligență sau trăsături temperamentale; astfel G. Allport, apreciază că fenomenul creativității desemnează un ansamblu de trăsături proprii fiecărui individ la un anumit nivel, iar potențialul creativ existent la toți oamenii poate fi actualizat şi dezvoltat. Dar, înainte de folosirea termenului propriu-zis, conceptele instrumentale erau cele de invenție, inovație, descoperire, dotație, aptitudine, geniu. Astfel, F. Galton, în *Hereditary Genius*, considera că factorul determinant al forței creatoare este ereditatea, neglijând, astfel, contribuția factorilor socio-educaționali (M. Roco, 1979). După ce în secolul al XVIII-lea cercetările au fost centrate pe procesele intelectuale, în perioada inter-belică se subliniază importanța factorilor non-intelectuali (afectivi, morali, atitudinali) pentru procesul creator.

Psihanaliştii, în primul rând, prin Freud, subliniază rolul incon-ştientului considerat sediu al pulsiunilor ce se structurează în forțe dinamogene pentru procesul creator; P. Janet şi K. Lewin subliniază, de asemenea, rolul tensiunilor şi tendințelor în activitatea mentală, în timp ce Th. Ribot vede în imaginație procesul esențial, preferat al creației. După ce la începutul secolului al XX-lea, R. M. Simpson şi W. McCoy

Universitatea SPIRU HARET

şi N. C. Meier au constatat că performanţele intelectuale nu sunt corelate cu apariţia ideilor, a soluţiilor originale, în anii 60 o serie de autori (F. Barron, E. P. Torrance, J. P. Guilford) au elaborat un ansamblu de metode de diagnoză şi prognoză a creativităţii, care aveau în vedere două dimensiuni principale: imaginaţia şi gândirea divergentă.

Iată deci, care erau premisele existente pentru definirea şi formularea conceptului de creativitate, considerată a fi dependentă atât de trăsăturile de caracter, cât şi de atitudini ce sunt influenţate de modelele sociale.

Întrucât există unele concepte care au fost confundate cu cel de creativitate, se impun unele delimitări conceptuale:

– *invenţia* presupune găsirea noului care se adaugă cunoştinţelor şi obiectelor deja existente;

– *inovaţia* are o conotaţie pragmatică şi implică aplicarea noutăţii într-o formă de activitate din domeniul economic;

– *descoperirea* este dezvăluirea unor legităţi existente deja în realitate şi înainte de relevarea, de explicarea lor teoretică;

– *talentul* este o formă superioară de manifestare a aptitudinilor, care poate duce la valori noi şi originale;

– *geniul* este cea mai înaltă formă de dezvoltare a aptitudinilor, care se manifestă într-o activitate de importanţă istorică pentru societate, pentru progresul cunoaşterii umane, ştiinţei, tehnicii, culturii cu un ridicat nivel de originalitate.

1.2. **Definiţii ale creativităţii**

Având în vedere complexitatea fenomenului creativităţii, în 1981 Al. Roşca arată că este greu de formulat o definiţie unanim recunoscută. Sub raport etimologic, conceptul de creativitate îşi are originea în cuvântul latin *creare,* care înseamnă zămislire, făurire, naştere. În sens larg, putem considera creativitatea ca pe un fenomen general uman, forma cea mai înaltă a activităţii omeneşti. În sens restrâns, putem distinge patru accepţiuni ale termenului de creativitate: ca produs; ca proces; ca potenţialitate general umană, ca abilitate creativă; ca dimensiune complexă a personalităţii (M. Zlate, 1994).

1. *Creativitatea ca produs*. Majoritatea autorilor au privit creativitatea din perspectiva caracteristicilor produsului creator, cu trăsăturile specifice acestuia: noutatea, originalitatea, valoarea, utilitatea socială, aplicabilitatea lui vastă. Astfel, Margaret A. Baden vede în

Universitatea SPIRU HARET

creativitate realizarea de combinații originale din ideile vechi. În privința primului criteriu, cel al noutății, opiniile sunt divergente, existând autori care luau în considerare noutatea pentru subiect al produsului creator (Newell, Shaw, Simon, 1963), şi alții care consideră esențială noutatea produsului pentru societate (Al. Roşca). Astfel, autorul român vede în creativitate ansamblul „factorilor subiectivi şi obiectivi care duc la realizarea, de către indivizi sau grupuri, a unui produs original şi de valoare" (Al. Roşca, 1981).

Necesitatea evaluării noului prin intermediul testelor de creativitate a dus la considerarea rarității statistice, dar fără să se ignore utilitatea lui: „Întrucât un produs poate să fie original, dar fără valoare, cei doi termeni ai definiției nu pot fi separați" (Al. Roşca, 1981).

2. *Creativitatea ca proces* este perspectiva ce reflectă caracterul procesual, fazic al creativității. În privința numărului fazelor, există o divergență de opinii: G. Wallas, E. D. Hutchinson, R. Thompson identifică patru faze (pregătirea, incubația, iluminarea, verificarea), iar Al. Osborn menționează şapte etape: orientarea, preparația, analiza, ideația, incubația, sinteza, evaluarea. Obiecțiile aduse acestor faze sunt referitoare la diverse aspecte:

– Guilford a contestat existența incubației, fiind considerată doar o formă a activității;

– M. Stein apreciază că prepararea nu poate fi considerată o fază a creației, în timp ce R. Linton consideră că putem considera că prepararea se identifică cu întreaga istorie personală a unei persoane;

– Berlyne consideră că pregătirea este cauza unor nelinişti, incertitudini generate de un conflict conceptual, de o incompletitudine;

– iluminarea nu ar exista în orice activitate de creație, deoarece unele iluminări ar putea conduce la piste false;

– nu există consens, nici în privința succesiunii etapelor, întrucât ele se pot întrepătrunde, suprapune, îşi pot schimba ordinea;

– etapele procesului creator sunt specifice mai ales pentru creativitatea individuală şi mai puțin pentru cea de grup (M. Roco, 1979);

– există o unitate de opinii în privința primei şi ultimei etape, prepararea şi verificarea, deşi, şi în acest caz, s-au adus obiecții legate de existența unor diferențe între ele în funcție de tipul de creație.

Indiferent de succesiunea fazelor procesului creator, important rămâne caracterul evolutiv, dinamic al creativității care devine creație, trecând din potențialitate în aspecte manifeste.

3. *Creativitatea ca potențialitate general umană*. În prezent a fost depăşită concepția conform căreia ereditatea are rolul principal în

creativitate (Fr. Galton) şi se apreciază că aceasta este o capacitate general umană, existând în diverse grade şi proporții la fiecare individ, punct de vedere care permite stimularea, educarea şi antrenarea creativității.

În aceeaşi direcție se înscriu şi definițiile date de H. Jaoni (aptitudinea de a realiza ansambluri originale şi eficiente, pornind de la elementele preexistente) şi de E. Limbas (capacitatea de a imagina răspunsuri la probleme, de a elabora soluții inedite şi originale).

4. *Creativitatea ca dimensiune complexă a personalității.* Putem spune că latura transformativ-constructivă a personalității integrează întreaga activitate psihică şi personalitatea individului şi este, în acelaşi timp, una din cele mai complexe dimensiuni ale personalității. Amintim, în acest sens, definiția dată de Paul Popescu-Neveanu: „Creativitatea presupune o dispoziție generală a personalității spre nou, o anumită organizare (stilistică) a proceselor psihice în sistem de personalitate" (P. Popescu-Neveanu, 1987).

Înțelegerea complexității creativității a determinat o serie de autori să descrie caracteristicile personalității creatoare:

– J. P. Guilford distinge următoarele caracteristici ale personalității creatoare: fluiditate, flexibilitate, originalitate, elaborare, sensibilitate față de probleme, capacitate de redefinire.

– Lowenfeld stabileşte, de asemenea, următoarele trăsături: sensibilitatea față de probleme, sensibilitatea față de fenomenele din mediu, identificarea cu problemele altor persoane şi societăți, variabilitatea ideilor, capacitatea rapidă de adaptare la orice situație, originalitatea.

– C. Taylor enumeră: toleranța față de situațiile ambigui, încrederea în propriile capacități creatoare, lipsa de îngâmfare.

– M. Zlate consideră că o persoană înalt creativă este inventivă, independentă, neinhibată, versatilă, entuziastă.

În concluzie, putem spune că, prin intermediul creativității, personalitatea umană se încadrează într-un spațiu axiologic, omul valorizându-se pe sine însuşi.

1.3. **Dimensiunile creativității**

În 1767, W. Duff, analizând profilul intelectual al unor genii, cum sunt Descartes, Shakespeare, Bacon, Newton, Berkley, descria trei dimensiuni esențiale ale personalității creatoare:

Universitatea SPIRU HARET

– imaginația descrisă ca abilitate mentală de compunere şi descompunere, combinare şi descombinare a ideilor, obținându-se obiecte ce nu au existat până în acel moment;

– judecata care permite evaluarea ideilor elaborate prin imaginație, selectarea obiectelor obținute după criteriul adevărului şi al utilității;

– gustul este specific personalității creatoare şi asigură diferențierea ideilor frumoase de cele urâte, a celor decente de cele ridicole.

În general, în literatura de specialitate, dimensiunile creativității sunt considerate a fi: procesul de creație, produsul creat, personalitatea creatoare, mediul sau climatul social al creației; la aceste dimensiuni, Al. Roşca mai adaugă şi grupul sau colectivul creativ, sau creativitatea de la nivelul colectivului (Al. Roşca, 1981). În acelaşi sens, S. E. Gollan propune patru categorii de criterii în abordarea fenomenului creației:

– performanța creatoare sau produsul creat, cu modalitățile de evaluare specifice;

– procesul creativ necesar pentru elaborarea noului, cu dinamica şi fazele sale;

– persoana creatoare şi trăsăturile de personalitate caracteristice acesteia;

– potențialul creativ sau disponibilitățile native ale persoanei înalt creative.

Rezumând contribuțiile mai multor autori, autoarea română, M. Roco enumeră calitățile pe care le prezintă fenomenul complex al creativității:

– productivitatea ce reflectă numărul mare de idei, soluții, lucrări de specialitate, produse materiale sau spirituale;

– utilitatea, vizând rezultatele acțiunii, care trebuie să aibă o folosință pentru demersul activității;

– eficiența, reflectând caracterul economic al performanței, randamentul acțiunii obținut prin folosirea produselor activității creatoare;

– valoarea produselor activității creatoare, respectiv, importanța lor teoretică sau practică, recunoaşterea şi respectul pe plan social;

– ingeniozitatea, implicând eleganță şi eficacitate în folosirea metodelor de rezolvare;

– noutatea, adică distanța în timp a lucrurilor, ideilor;

– originalitatea, evaluată după raritatea ideilor, produselor, fiind considerate originale acele rezultate ce apar o singură dată într-o colectivitate, deci sunt unice (M. Roco, 2001).

Trebuie amintită aici şi contribuţia lui Şt. Odobleja, care în *Psihologia consonantistă* defineşte creativitatea prin arta de a crea, euristica, constituită din zece clase de procese elementare: interogare, analiză, sintetizare şi clasificare, definire, divizare, verificare, obiectivare, retorică, critică, elaborare verbală. Ulterior, termenul a fost înlocuit cu cel de tehnică a gândirii, ştiinţă a creaţiei, mijloace de creaţie a forţei inteligenţei. Adept al viziunii sistemice, autorul român a anticipat tehnicile creative descrise în literatura de specialitate după anul 1950, iar legile creaţiei pe care el le aminteşte sunt: legea echivalenţei, a compensaţiei, a reacţiei, a alternanţei, a antrenamentului şi a reversibilităţii.

Criterii de diferenţiere a activităţii creatoare de cea reproductivă

În eforturile de a descrie creativitatea, actul de creaţie, s-au formulat variate criterii prin care se poate diferenţia activitatea creatoare de cea reproductivă, de serie. Astfel, I. A. Taylor enunţă două criterii: însemnătatea economică, socială culturală, ştiinţifică a performanţei creatoare, dublată de recunoaştere socială; rezultatele activităţii creatoare, formulate coerent şi inteligibil. De asemenea, mai analitic, S. Gollan vorbeşte de patru criterii pe care le-am amintit mai sus. Fr. Baron consideră că atât performanţa, cât şi produsul creator trebuie să dispună de un grad ridicat de neobişnuit, să fie rar întâlnit în activitatea respectivă, dar să fie şi adecvat realităţii, pentru că unele soluţii neobişnuite pot fi consecinţa unor confuzii, sau pot fi bizare.

A. Koestler, în încercarea de a diferenţia originalitatea de rutină, stabileşte trei criterii esenţiale:

1. *nivelul de conştiinţă* caracteristic activităţii de căutare a ideilor şi soluţiilor: persoanele înalt creative folosesc toate nivelurile, conştientul, inconştientul, subconştientul;

2. *tipul de experienţă preferat:* persoanele înalt creative fac apel la mijloace, experienţe noi, necunoscute, iar cele slab creative doar la modalităţile verificate, care au dus anterior la rezultate;

3. *natura obstacolului* ce trebuie depăşit şi tipul obiectivelor alese: persoana înalt creatoare alege situaţii problematice noi, diferite de experienţele trăite anterior, sau cunoscute.

În acelaşi sens, menţionăm şi contribuţia autoarei Anca Munteanu, care aminteşte patru criterii esenţiale pentru evaluarea unui comportament creativ:

– criteriul psihologic, când semnificaţia produsului realizat este una strict personală, fiind importantă doar pentru dezvoltarea personală a individului respectiv;

Universitatea SPIRU HARET

– criteriul sociologic, când produsul obţinut duce la progresul unei comunităţi, într-un anumit grad;

– criteriul noutăţii;

– criteriul originalităţii. Întrucât aceste ultime criterii sunt considerate lacunare, nerelevante, pentru că, aşa cum menţiona şi V. Pavelcu, ele pot caracteriza atât linia ascendentă, cât şi pe cea descendentă a evoluţiei (noutatea şi originalitatea pot caracteriza atât o descoperire importantă, cât şi un comportament antisocial), a fost precizat şi un alt criteriu:

– utilitatea şi validarea socială a scopurilor şi mijloacelor (A. Munteanu, 1994).

1.4. **Niveluri ale creativităţii**

Pornind de la ideea lui C.W. Taylor care credea că există un potenţial creator la fiecare individ, precum şi de la F. Taylor care credea că există mai multe niveluri de structurare a creativităţii, A. Munteanu propune o abordare pe verticală a creativităţii, distingând următoarele niveluri:

– *creativitatea expresivă*, caracteristică vârstelor mici, important fiind comportamentul şi nu abilitatea sau calitatea produsului; se manifestă liber şi spontan mai ales în construcţiile şi desenele copiilor, fiind o modalitate de dezvoltare a aptitudinilor creatoare;

– *creativitatea productivă* sau dobândirea unor abilităţi utile pentru anumite domenii, pentru crearea de obiecte, materiale sau spirituale, în anumite domenii; contribuţia personală este destul de redusă la acest nivel, fiind utilizate tehnicile consacrate deja;

– *creativitatea inventivă* este capacitatea de a realiza legături noi între elementele deja existente; este, aşadar, un plan specific doar indivizilor ce aduc unele ameliorări unor utilaje, unei teorii controversate;

– *creativitatea inovativă*, care există doar la un număr restrâns de persoane şi implică găsirea unor soluţii noi, originale cu importanţă teoretică sau practică; este nivelul specific talentelor;

– *creativitatea emergentivă*, specifică geniilor, care pot duce la revoluţionarea unor domenii ale ştiinţei, tehnicii sau artei, fiind nivelul accesibil geniului.

B. Ghiselin vorbeşte doar de două planuri ale creativităţii, unul secundar, care oferă doar variaţii de adevăr în cadrul aceluiaşi

Universitatea SPIRU HARET

domeniu, şi un plan primar, superior, care duce la obţinerea unor soluţii noi, prin care este restructurat un întreg domeniu.

Rezumat

În urma semnalului tras de J.P. Guilford, studiile şi cercetările asupra creativităţii s-au extins după anii 50, recunoscându-se, astfel, importanţa şi complexitatea fenomenului. Perspectivele prin care putem defini creativitatea sunt: ca produs, ca proces, ca potenţialitate general umană, ca dimensiune complexă a personalităţii.

Principalele dimensiuni care pot fi delimitate şi descrise în cazul creativităţii sunt: procesul de creaţie, produsul creat, personalitatea creatoare, mediul sau climatul social.

În încercarea de a diferenţia personalitatea înalt creatoare de celelalte, A. Koestler distinge elemente legate de nivelul de conştiinţă implicat, experienţele preferate, natura obstacolului ce urmează a fi depăşit.

Pornind de la ideea existenţei unui potenţial creator la nivelul fiecărui individ, A. Munteanu descrie nivelurile la care se poate structura creativitatea: expresiv, productiv, inventiv, inovativ şi emergentiv.

Concepte-cheie

– *invenţia* presupune găsirea noului care se adaugă cunoştinţelor şi obiectelor deja existente;

– *inovaţia* are o conotaţie pragmatică şi implică aplicarea noutăţii într-o formă de activitate din domeniul economic;

– *descoperirea* este dezvăluirea unor legităţi existente deja în realitate şi înainte de relevarea, explicarea lor teoretică;

– *talentul* este o formă superioară de manifestare a aptitudinilor, care poate duce la valori noi şi originale;

– *geniul* este cea mai înaltă formă de dezvoltare a aptitudinilor care se manifestă într-o activitate de importanţă istorică pentru societate, pentru progresul cunoaşterii umane, ştiinţei, tehnicii, culturii cu un ridicat nivel de originalitate.

Extensii

Ştefan Odobleja, psiholog român, este autorul primului tratat de psihologie cibernetică, publicat la Paris, între 1938 şi 1939, *Psychologie Consonantiste*, în care este realizată o sistematizare a ştiinţelor prin intermediul psihologiei, şi cercetarea acesteia pe baza

Universitatea SPIRU HARET

conceptului de asemănare sau consonanță. În capitolul *L'art de créer*, el enunță șase principii de optimizare a creativității (legea echivalenței, a compensației, a reacției, a alternanței, a antrenamentului și a reversibilității), printr-o abordare experimentală a fenomenului creativității. De asemenea, enumeră și 170 de factori de optimizare a creativității.

Întrebări

1. Cine a introdus termenul de creativitate în psihologie?
2. Care este diferența dintre inovație și invenție?
3. Care sunt dimensiunile creativității?
4. Care sunt nivelurile creativității, la A. Munteanu?

Bibliografie selectivă

1. Moraru, I., *Știința și filosofia creației*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1995.
2. Munteanu, A., *Incursiuni în creatologie*, Editura Augusta, Timișoara, 1994.
3. Roco, M., *Creativitatea individuală și de grup*, Editura Academiei, București, 1979.
4. Roco, M., *Creativitate și inteligență emoțională*, Editura Polirom, București, 2001.
5. Roșca, Al., *Creativitatea*, Editura Enciclopedică, București, 1972.
6. Roșca, Al., *Creativitatea generală și specifică,* Editura Academiei, București, 1981.
7. Zlate, M., *Fundamentele psihologiei*, partea a III-a, Editura Hyperion, XXI, București, 1994.
8. *Dicționar de psihologie*, coord. U. Șchiopu, Editura Babel, București, 1997.

Universitatea SPIRU HARET

2. **ABORDĂRI ALE CREATIVITĂȚII**

Preocupările diversificate asupra creativității, ca dimensiune complexă a personalității, au dus la conturarea unor abordări distincte ce aparțin diverselor orientări psihologice.

2.1. **Teoria psihanalitică**

S. Freud explică fenomenul creației pornind de la teoria sublimării, considerând că fenomenul creației poate fi determinat, generat de tensiunea cauzată de tendințele, impulsurile refulate în inconştient, tendințe ce pot apărea sub forme deghizate, în forme rezistente la existența socială.

Dizidentul lui Freud, A. Adler, vede în creativitate un mijloc de anihilare a complexul de inferioritate, specific individului. Creativitatea este o formă de adaptare superioară, întrucât prin activitatea creatoare individul se autorealizează şi devine util societății din care face parte; astfel, prin scopurile atinse indivizii creativi formează un grup de elită al societății.

În abordarea psihanalitică au apărut ulterior concepte noi, importante pentru explicarea fenomenului creativității, şi anume:

– *regresia adaptativă*, este procesul primar care asigură stimularea creativității prin combinarea gândurilor nemodulate în conştient, adică a gândurilor ce apar în timpul somnului, în timpul unor stări modificate ale conştiinței sau a psihozelor;

– *elaborarea*, este un proces secundar care asigură transformarea materialului obținut în timpul somnului prin gândire realistă şi conştientă.

Psihanaliştii nu au ajuns la un consens în privința localizării creației, aşa cum vom prezenta în tabelul nr. 1.

Universitatea SPIRU HARET

Tabelul nr. 1

Autori	Sediul creației
S. Freud	inconştient
E.Kris, C. W. Hartman, L. Bellock	inconştient şi intervenția eului
L. S. Kubie	preconştient
H. Rugg, A.D. Moore	cooperarea între conştient şi inconştient

2.2. **Teoria asociaționistă a creativității**

Definiția pe care o dau asociaționiştii fenomenului creației este următoarea: un proces de asociație între anumite elemente, care duc la apariția unor combinații noi, proces care este subordonat anumitor exigențe sau finalități (J. Maltzman, 1960, S.A. Mednick, 1962). Nivelul creativității rezultatelor obținute este evaluat după elementele asociate, care trebuie să fie cât mai puțin înrudite între ele.

Mednick distingea mai multe forme ale asociațiilor de tip creativ, întâlnite în diverse domenii de activitate:

– serendipitatea, prin care descoperirile pornesc de la asociații întâmplătoare;

– asemănarea, tipul de asociație întâlnit în artă;

– medierea prin simboluri, formă specifică matematicii şi chimiei.

Acelaşi autor, Mednick, a elaborat şi un mijloc de diagnoză a creativității, şi anume, *Testul de asociație îndepărtată*, (Remote Association Test), criteriile ce sunt evaluate fiind originalitatea şi raritatea statistică a asociațiilor. Sarcina subiectului este acea de a găsi un cuvânt care să fie asociat cu alte trei cuvinte date, plecându-se de la premisa că persoanele înalt creative pot realiza un număr mai mare de asociații.

2.3. **Teoria gestaltistă**

Abordarea gestaltistă, reprezentată prin W. Köhler, M. Wertheimer, R. Arnheim, R.L. Mooney, în contradicție cu modelul asociaționist, prezintă demersul creativ nu ca pe un demers aleator, ci se raportează permanent la întreg, la structura internă a fenomenului respectiv, la găsirea relației dintre formă şi volum. Înțelegerea unei probleme are loc prin intuiție (Einsight), nu pe cale rațională.

Universitatea SPIRU HARET

În privința creatorului, R. Arnheim crede că profilul său psihologic trebuie să includă şi deschiderea față de simetrie şi echilibru. Mooney, la rândul său, s-a oprit asupra procesului creativ, care presupune interacțiunea dintre mai multe dimensiuni, şi anume:

– persoana
– procesul
– produsul
– mediul.

2.4. **Teoria behavioristă**

C. F. Osgood, J. Rossman, J. Parnes, R. Hyman, explică fenomenul creator, pornind de la schema S-R, astfel: ponderea majoritară în dezvoltarea creativității unui individ o dețin modalitățile în care au fost stimulate, recompensate, manifestările sale creative. Este vorba de o condiționare instrumentală, accentul fiind pus pe influența educativă a părinților, care prin recompensele acordate pot determina orientarea copiilor către gândirea creativă.

O persoană înalt creativă este caracterizată, în viziunea behavioriştilor, de următoarele trăsături: capacitate de discriminare a cunoştințelor şi variabilelor, abilitatea de redefinire a acestora şi utilizarea în situații cât mai diferite, sesizarea cu promptitudine a modificărilor apărute.

Ulterior, perspectiva comportamentalistă, este revizuită, prin introducerea, în schema S-R, a variabilelor intermediare, individul contribuind activ la dezvoltarea sa personală, iar gândirea creativă este corelată cu trăsăturile sale proprii.

2.5. **Teoria umanistă**

Existențialişti, cum sunt A. Maslow, C. Moustakas, C. Rogers, R. May, E.G. Schachtel considerau că ființa umană îşi poate valorifica unicitatea prin fenomenul creației (A. Munteanu, 1994).

Creativitatea îi permite individului să-şi satisfacă trebuința de autorealizare, prin confruntarea individului cu mediul înconjurător. Pentru R. May, în procesul creației nu este importantă rațiunea, ci angajarea autentică în acest proces prin care se realizează autoactualizarea.

Universitatea SPIRU HARET

C. Rogers apreciază că factorii interni ai gândirii creatoare sunt următorii: deschiderea față de experiențele noi, toleranță la ambiguitate; autoevaluarea produselor creatoare de către creator însuşi; aranjarea spontană şi inedită, neobişnuită a elementelor (idei, forme) (C. Rogers, 1959). Acelaşi autor considera că asigurarea unor condiții de securitatea psihologică constituie premisa pentru dezvoltarea potențelor creative. Această securitate psihologică poate fi obținută prin următoarele modalități:

– individul trebuie să se simtă acceptat aşa cum este, să se simtă valorizat, astfel putând încerca autoactualizarea şi, în consecință, orientarea spre creativitate;

– asigurarea unui climat în care este înlăturată critica;

– înțelegerea empatică, prin care eul se poate dezvolta şi exprima în forme diverse.

La rândul său, E. G. Schachtel, descrie creativitatea ca pe o consecință evidentă a trebuinței de comunicare a omului cu mediul înconjurător.

Umaniştii privesc creativitatea ca o potențialitate general umană, factorilor de mediu revenindu-le rolul de actualizarea a acestor potențialități care sunt specifice fiecărui individ în parte.

2.6. **Teoria culturală (interpersonală)**

M.J. Stein, G. Murphy, S. Arieti, H.H. Anderson, M. Mead, M. Tumin, P. Matusseck subliniază rolul factorilor culturali din mediu în geneza şi dezvoltarea creației. Vom prezenta, în continuare, în tabelul nr. 2, contribuția fiecăruia din anteriorii menționați la explicarea fenomenului creativității.

Tabel. nr. 2

Autor	**Contribuția la explicarea creativității**
M. J. Stein	Creația este condiționată major de influența societății, de experiențele semnificative de viață.
M. Mead	Societățile care încurajează gândirea divergentă şi apreciază mai mult procesul şi mai puțin produsul creativ au rol stimulativ pentru creativitate.
H.H. Anderson	Relațiile dintre societatea creatoare şi personalitatea creatoare sunt de interdependență: societatea

Universitatea SPIRU HARET

	încurajează creația, iar individul își aduce aportul la armonizarea mediului.
M. Tumin	Dacă accentul ar cădea mai degrabă pe procesul creator, şi mai puțin pe produs, ar putea fi diminuat conformismul.
P. Matusseck	Factorii importanți în creație sunt: ambianța, motivele interioare, cauzele sociale.

2.7. **Teoria factorială**

Abordarea factorială a creativității a fost lansată de J. P. Guilford şi promovată de H. G. Gough, W. J. Brittain, V. Lowenfeld. Pornind de la concepția lui C. Spearman şi L. S. Thurstone, Guilford prezintă o concepție sistemică asupra creativității, cu posibilitatea de a releva structura internă a acesteia. Astfel, el prezintă un model tridimensional al intelectului, în care factorii intelectuali sunt implicați în activitatea creatoare (C. Alpopi, 2002). Cele trei dimensiuni ale intelectului prezintă următoarea structură: 5 operații, 4 conținuturi, 6 produse, pe care le vom prezenta în continuare:

Operații:
– cunoaşterea (descoperirea, recunoaşterea, înțelegerea informației);
– memoria (stocarea);
– producția divergentă (generarea de informații alternative, pornind de la o informație dată sau cunoscută);
– producția convergentă (generarea unor concluzii logice, a unui răspuns, pornind de la o informație dată);
– evaluarea (prin care se stabileşte dacă o informație este bună sau nu).

Conținuturile:
– figural (concret sau amintit ca imagine perceptivă);
– simbolic (alcătuit din semne);
– semantic (înțelesurile);
– comportamental (propriu sau al celorlalți).

Produsele (formele pe care informația le poate lua prin prelucrarea cu ajutorul operațiilor):
– unități (componente ale informației);
– clase (ansambluri de unități cu proprietăți comune);
– relații (care se stabilesc între unități);

Universitatea SPIRU HARET

– sisteme (structuri organizate);
– transformări (redefiniri, modificări, tranzacții);
– implicații (extrapolări, conectări, circumstanțieri).

Fiecare din componentele modelului tridimensional poate fi schimbat cu ceilalți, putându-se obține 120 de combinații posibile ($5 \times 4 \times 6 = 120$). Factorii intelectuali ai creativității, în modelul lui Guilford sunt: inteligența, rezolvarea de probleme, imaginația, sensibilitatea la implicații, procesele asociative, fluiditatea, flexibilitatea, originalitatea, capacitatea de elaborare, pe care îi vom dezvolta suplimentar în alt capitol al lucrării.

Atât Guilford, cât şi Lowenfeld vorbesc de capacitatea de transfer a creativității, de la un domeniu la altul, de posibilitatea de antrenare, în artă, de exemplu, şi apoi stimularea creativității în general.

Există şi în psihologia românească un model factorial al creativității, model ce-i aparține lui P. Popescu-Neveanu, prezentat în 1971, conform căruia creativitatea este rezultatul interacțiunii dintre aptitudini şi atitudini:

– aptitudinile generale şi specifice trebuie să aibă cel puțin un nivel mediu, aceasta fiind o condiție necesară, dar nu şi suficientă;

– atitudinile creative sunt indispensabile pentru procesul creativ, având rolul de factori ce provoacă şi declanşează aptitudinile, coordonându-le în mod constructiv.

2.8. **Teoria cognitivă**

Cognitiviştii sunt preocupați de diferențele existente între persoanele înalt creative şi cei la care predomină gândirea convergentă, prin prisma modului în care ei se confruntă cu solicitările mediului exterior. Personalitățile cu nivel ridicat al creativității sunt caracterizate astfel:

– au capacitatea să-şi asume riscuri;
– sunt deschise față de informațiile ce vin din mediul înconjurător;
– îşi pot schimba cu uşurință perspectiva de abordare.

Creativitatea este considerată a fi constituită din modalități diferite de abordare a informațiilor şi de combinare a datelor în căutarea de soluții concrete. Astfel, cognitiviştii vorbesc de stiluri cognitive sau stiluri mentale diferite, care sunt descrise ca fiind modalități caracteristice ale individului de a-şi culege informațiile din

Universitatea SPIRU HARET

mediul înconjurător (A. J. Cropley, 1967). Pornind de la stilurile cognitive putem contura următoarea tipologie:

1. o primă categorie este constituită din persoanele care focalizează pe sarcinile importante, este un stil cognitiv înalt selectiv, care dispune de o capacitate redusă de a opera modificări rapide în structurile cognitive;

2. a doua categorie include persoane ce asimilează cât mai multe informații din mediul înconjurător, lucru ce le permite abordarea sarcinilor cu grad ridicat de dificultate şi, de asemenea, sunt mai predispuşi la activități creatoare.

Astfel, cognitiviştii apreciază că flexibilitatea şi adaptabilitatea în funcționarea intelectuală sunt specifice gândirii creatoare, spre deosebire de cei la care predomină gândirea convergentă, şi care nu pot face modificări rapide în orientarea intelectuală (A. J. Cropley, 1967).

W. Kitchenar şi R. J. Sternberg prezintă un model triadic pentru factorii intelectuali ai creativității, considerând că activitatea intelectuală se structurează în trei etape principale:

– componențială, care desemnează ansamblul operațiilor destinate prelucrării informațiilor;

– metacomponențială, ce subsumează totalitatea strategiilor de rezolvare şi cunoştințele pe care se bazează aceste strategii;

– epistemică, care include setul de paradigme (norme, presupoziții, valori) acumulate de cercetător în urma experienței sale ştiințifice şi care coordonează procesul rezolutiv. (M. Miclea, I. Radu, 1987)

Valoarea activității creatoare este dependentă de nivelul activității cognitive în care se încadrează structurile mentale cu care operează subiectul, nivelul cel mai înalt fiind, evident, cel epistemic.

În continuare vom prezenta câteva *contribuții recente ale creativității*, ce sunt sintetizate de M. Roco, în *Creativitate şi inteligență emoțională.*

Teresa Amabile

Creativitatea este deseori implicată în luarea deciziilor, în rezolvarea problemelor cu eficiență şi eleganță. Autoarea defineşte creativitatea ca fiind capacitatea de a elabora un anumit obiect inovator şi valabil. Cele două caracteristici sunt esențiale, întrucât un produs nou dar neadecvat este evaluat ca fiind bizar, iar un obiect valabil, fără să fie nou, chiar dacă este adecvat executat nu este creativ.

Universitatea SPIRU HARET

Autoarea schițează un model structural al creativității ce include următoarele elemente:

1. Abilitățile importante pentru un anumit domeniu, gradul de specializare în domeniul respectiv; este vorba de abilități tehnice, cunoştințele dintr-un anumit domeniu, aptitudinile speciale din diverse domenii.

2. Abilitățile creative includ trei subcomponente:

a. un set cognitiv şi perceptiv care dispune de anumite caracteristici: setul cognitiv şi perceptiv să fie extins; stocarea informațiilor să se facă pe categorii largi; reactualizarea cât mai exactă a informațiilor; depăşirea regulilor deja consacrate în rezolvarea problemelor;

b. schemele euristice, fără reguli stricte în rezolvarea problemelor;

c. stilul de muncă dominat de caracteristicile: perseverență, capacitatea de a depune efort pe termen lung.

În afara acestor componente, abilitățile creative sunt influențate şi de anumite trăsături de personalitate, cum ar fi: independența, autodisciplina, toleranța față de ambiguitate şi frustrare, asumarea riscurilor, relativ dezinteres față de dezaprobarea socială.

3. Motivația intrinsecă pentru sarcină, ca formă a motivației ce permite realizarea unei activități pentru că provoacă bucurie, satisfacție.

Robert W. Weisberg

R.W. Weisberg prezintă o viziune evolutivă asupra creativității, considerată o „rezolvare de probleme în trepte”. De asemenea, putem considera că este vorba chiar de o abordare integralistă, întrucât baza produselor creatoare se află în experiența individuală, dar şi în experiența altor indivizi.

Etapele ce se disting în demersul creativ sunt:

– soluționarea problemei pornind de la ceea ce este deja cunoscut;

– modificarea schemei de rezolvare prin raportare la noile cerințe;

– intervenția gândirii creatoare care permite o distanțare de mijloacele precedente de gândire, putându-se formula mai multe soluții posibile.

H. Gardner

Pornind de la studiul unor mari personalități ale culturii, cum sunt Freud, Einstein, Picasso, Stravinski, Ghandi, H. Gardner prezintă

o viziune holistă a creativităţii, care permite surprinderea caracteristicilor creativităţii în toată complexitatea acesteia.

H. Gardner conturează cadrul general de analiză a creativităţii pe următoarele paliere:

1. *nivelul subpersonal*, care desemnează substratul biologic al fenomenului creativităţii, iar abordarea neurobiologică asupra creativităţii îşi propune spre analiză următoarele probleme:

– dotarea genetică;
– structura şi funcţionarea sistemului nervos;
– factorii hormonali şi metabolismul;
– diferenţele individuale din perspectiva creativităţii;
– dimensiunea genetică a persoanelor înalt creative;
– particularităţile dezvoltării sistemului nervos, mai ales la persoanele cu aptitudini speciale;
– modificările fiziologice din timpul activităţii creatoare (procese metabolice, neurochimice şi ale circulaţiei sangvine);

cercetarea precocităţii şi a creativităţii la vârstele înaintate.

2. *nivelul personal*, care se opreşte asupra factorilor individuali ai personalităţii creatoare, şi anume factorii cognitivi şi cei care ţin de motivaţie şi personalitate, şi mai ales asupra interacţiunii dintre aceste două categorii de factori.

3. *nivelul intrepersonal* descrie domeniul în care îşi desfăşoară activitatea creatoare individul, nivel ce implică o analiză la următoarele niveluri:

– analiza istorico-biografică, ce are ca scop determinarea stadiului în care se afla domeniul respectiv înainte de contribuţia individului creator, determinarea problemelor pe care paradigmele existente nu le mai pot rezolva. Foarte importantă în această etapă este delimitarea contribuţiei aduse de personalitatea creatoare în domeniul ştiinţific respectiv.

– analiza cognitivă, vizează evoluţia modelelor de gândire specifică personalităţilor creatoare, în timpul vieţii lor, şi mai ales, în momentele esenţiale.

4. *nivelul multipersonal* delimitează contextul social al creatorului şi, mai ales, modul în care mediul profesional şi personal influenţează viaţa şi activitatea creatoare.

M. Csiksentmihaly

În acest model, creativitatea, ca fenomen complex, este o consecinţă a interacţiunii, interdependenţei dintre trei sisteme componente:

a. ansamblul instituțiilor sociale, ce au rol major în selecția creațiilor individuale;

b. domeniul cultural stabil, care păstrează şi transmite creațiile selectate;

c. individul ce aduce schimbări într-un anumit domeniu al culturii.

Autorul vorbeşte de câmpuri de producție culturală, constituite din experți care evaluează performanțele dintr-un anumit domeniu, alegând creațiile ce vor fi păstrate şi promovate.

Câmpurile pot influența credibilitatea unei inovații în trei modalități:

– prin solicitarea noutății (a fi reactiv, care nu încurajează creativitatea sau a fi proactiv, care stimulează demersurile creative);

– stabilirea unui filtru mai redus sau mai extins prin care se selectează invențiile; există câmpuri mai conservatoare, în care apar mai puține idei, şi câmpuri mai liberale, în care ideile noi apar frecvent;

– flexibilitatea câmpurilor este asigurată printr-o strânsă legătură a acesteia cu restul sistemului social, pentru a atrage sprijinul spre domeniul respectiv de activitate.

Între domenii şi câmpuri există, în mod evident, relații de intercondiționare, de interinfluențare. În mod frecvent, se întâmplă ca domeniile să determine direcțiile de acțiuni ale câmpului, mai ales în ştiință, unde baza cunoaşterii coordonează ceea ce instituția ştiințifică poate revendica; în artă situația este alta: instituția artistică este cea care hotărăşte care din operele de artă nou create vor intra în patrimoniul domeniului respectiv. În cazurile în care câmpurile nu au competența pentru un anumit domeniu, controlul este preluat de alte instituții (de exemplu, Biserica a intervenit în descoperirile ştiințifice ale lui Galilei).

În privința individului creator, importante sunt trăsăturile de personalitate, care sunt potențate, bineînțeles, de factori culturali, sociali, de context.

Asimilarea sistemului este, de asemenea, esențială, întrucât un creator este nevoit să-şi însuşească regulile, conținuturile domeniului, precum şi criteriile de selecție, cum este cazul ştiinței, unde fără asimilarea cunoştințelor fundamentale ale domeniului respectiv nu este pregătit terenul marilor creații.

Insight şi creativitate

În 1998, R. Sternberg şi J. Davidson subliniau importanța *insight*-ului pentru creativitate, iar R. Finke vorbeşte de două forme ale *insight*-ului:

Universitatea SPIRU HARET

– *insight*-ul convergent, care presupune descoperirea unei structuri creative sau a unei soluții care realizează conexiuni între diverse elemente;

– *insight*-ul divergent, care este orientat spre găsirea unor posibilități noi pentru structurile respective.

Ulterior, autorul introduce o altă distincție în formele insight-ului, vorbind de o formă preinventivă, în care se structurează reprezentările mentale utile pentru rezolvarea de probleme şi o altă formă, explorativă, implicată în apariția ideilor noi .

Insight-ul presupune o intersecție între cele trei niveluri de structurare funcțională a sistemului psihic uman, conştientul, inconştientul şi subconştientul.

Dezorganizarea creativă

Această abordare porneşte de la premisa că nevoia de restructurare, de anulare a unui echilibru pentru a ajunge la altul nou, are drept consecință dorința de a găsi ceva nou, de a inventa (M. Roco, 2001).

Este vorba de teoria lui G. T. Land care descrie procesul creativ ca fiind procesul de „deschidere la închidere”, şi care este întâlnit la orice sistem; funcțiile pe care le deține acest proces de transformare sunt următoarele: asimilarea informației; împărțirea ei în elementele componente; reorganizarea ei în mod diferit; evaluarea utilității acestei configurații noi obținute; acționarea propriu-zisă; furnizarea de răspunsuri la reacțiile din partea mediului.

Conform teoriei transformaționale, orice sistem viu are următoarea evoluție, pe următoarele etape:

– formativă;
– normativă;
– integrativă;
– transformațională.

Adoptând teoria lui G.T. Land referitoare la stadialitatea procesului creativ, M. Roco prezintă ciclurile de dezvoltare ale unei personalități, a căror extindere este dependentă de experiența persoanei, de nivelul său intelectual, emotiv şi cultural (M. Roco, 2001):

1. *stadiul formativ* sau de creştere aditivă caracterizat prin formarea identității *self*-ului într-un mediu nou, şi în acelaşi timp, de însuşirea regulilor mediului, asigurându-şi astfel, siguranța;

2. *stadiul normativ* sau de creştere explicativă, în care individul încearcă să se identifice cu mediul respectiv, să fie asemănător cu membrii grupului, pentru a se simți în siguranță;

Universitatea SPIRU HARET

3. *stadiul integrativ* sau de creştere acomodativă, stadiu în care apar comportamente de diferenţiere şi distanţare faţă de ceilalţi, din dorinţa de regăsire de sine, de a-şi cunoaşte unicitatea *self*-ului;

4. *stadiul transformaţional* sau de creştere creativă care presupune întreruperea legăturilor cu trecutul care-i poate împiedica dezvoltarea, este o renunţare la siguranţa oferită de stadiul normativ.

După cum se observă, primele două stadii sunt caracterizate prin convergenţă, conformism, care duc la certitudini, şi de aceea sunt potrivite doar pentru o parte din etapele unui proces creator, şi anume: delimitarea, definirea problemei, asimilarea de cunoştinţe noi, verificarea soluţiilor obţinute. Stadiile 1 şi 2 pot fi frenatoare atunci când individul nu renunţă la metodele vechi, deja verificate, când există o rigiditate a algoritmilor.

Ultimele două stadii sunt cele favorizante pentru procesul creator, pentru comportamentele creative, întrucât implică divergenţă, nonconformism, toleranţă la incertitudine, capacitatea de renunţare la modelele tradiţionale, toate acestea constituind premisele pentru conturarea unui nou mod de abordare a problemelor.

În concluzie, putem spune că teoria lui G. T. Land este importantă mai ales pentru că subliniază necesitatea schimbării metodelor tradiţionale de cunoaştere, dar această renunţare poate produce un moment de criză în viaţa individului pentru că implică asumarea unor riscuri, acceptarea incertitudinii, a ambiguităţii.

Rezumat

Abordările creativităţii cuprind câteva orientări majore asupra explicării fenomenului complex al creativităţii.

Psihanaliştii explică creativitatea fie prin fenomenul sublimării (S. Freud), fie prin compensare, anularea complexului de inferioritate (A. Adler).

În timp ce asociaţioniştii cred că apariţia noului se bazează pe forme de combinare a elementelor deja existente, gestaltiştii explică fenomenul creaţiei ca pe unul ce se raportează la întreg, la structura internă a fenomenului.

Behavioriştii pleacă în explicarea fenomenului creaţiei de la conceptul de condiţionare instrumentală, contribuţia majoră revenind părinţilor. Ulterior, neobehavioriştii iau în considerare şi contribuţia individului, structura lui de personalitate.

Umaniştii pun în centrul preocupărilor nevoia de autoactualizare, iar reprezentanţii teoriei culturale, factorii culturali, de mediu.

Universitatea SPIRU HARET

Contribuția esențială a cognitiviștilor este accentul pus pe conceptul de stil cognitiv, prin care putem diferenția indivizii înalt creativi de ceilalți.

Concepte-cheie

– *regresia adaptativă* este procesul primar care asigură stimularea creativității prin combinarea gândurilor nemodulate în conştient, adică a gândurilor ce apar în timpul somnului, în timpul unor stări modificate ale conştiinței sau a psihozelor;

– *elaborarea* este un proces secundar care asigură transformarea materialului obținut în timpul somnului prin gândire realistă şi conştientă.

– *stilul cognitiv* este modalitatea caracteristică individului de a-şi culege informațiile din mediul înconjurător.

Extensii

Teoria ce aparține Teresei Mabile este centrată pe motivația intrinsecă, pe dezvoltarea acesteia la copii mai ales, şi sunt prezentate, în acest sens, componentele, indicatorii acestei forme a creativității:

– interesul;

– competența: copiii vor căuta mai ales acele activități care le dau senzația că stăpânesc acea activitate;

– autodeterminarea este sentimentul că faci ceva din motive personale.

De asemenea, autoarea prezintă componentele esențiale pentru procesul creator, pentru buna desfăşurare a acestuia:

– deprinderile specifice domeniului respectiv;

– gândirea creativă şi deprinderile de lucru;

– motivația intrinsecă.

Întrebări

1. Cum explică A. Adler fenomenul creativității?
2. Care sunt formele asociațiilor de tip creativ în viziunea lui Mednick?
3. Cum descriau gestaltiştii demersul creativ?
4. Care sunt factorii care condiționează dezvoltarea creativității în viziunea behavioriştilor?
5. Care sunt cele trei dimensiuni ale intelectului descrise de J.P. Guilford?
6. Ce elemente include modelul structural al creativității elaborat de T. Amabile?

Universitatea SPIRU HARET

Bibliografie selectivă

1. Alopi, C., *Creativitate şi inovare*, Editura A.S.E., Bucureşti, 2002.

2. Amabile, T., *Creativitatea ca mod de viață*, Editura Ştiință şi tehnică, Bucureşti, 1997.

3. Cropley, A.J., *Creativity*, Longmans, Green, 1967.

4. Guiford, J.P., *Traits of Creativity*, în H.H. Anderson (coord.), *Creativity and its Cultivations*, Harper, 1959.

5. Mânzat, I., *Istoria universală a psihologiei*, Editura Universității „Titu Maiorescu", Bucureşti, 1994.

6. Miclea. M, Radu, I., *O perspectivă psihologică asupra „problemei"*, Revista de Psihologie nr. 2., 1987.

7. Munteanu, A., *Incursiuni în creatologie,* Editura Augusta, Timişoara, 1994.

8. Nicola, Gr., *Istoria psihologiei*, Editura Fundației *România de Mâine*, Bucureşti, 2006.

9. Roco, M., *Creativitate şi inteligență emoțională,* Editura Polirom, 2001.

10. Rogers, C., *Toward a Theory of Creativity* în H.H. Anderson (coord.), *Creativity and its Cultivation*, Harper, 1959.

Universitatea SPIRU HARET

3. **FACTORII CREATIVITĂȚII**

În orice abordare globală a personalității se impune, în centrul acesteia, tema dinamicii factoriale a personalității, descrierea factorilor ce acționează în interacțiune, între ei putând exista interdependențe, dominări, compensări. După cum vom vedea, geneza unui fenomen creator presupune participarea întregului sistem al personalității, cu toate componentele acestuia.

Încercările de a delimita principalele categorii de factori sunt multiple în literatura de specialitate, după cum vom vedea.

M. Zlate vorbeşte de patru categorii principale de factori care acționează în scopul de a crea mediul favorabil manifestării creativității, ca fenomen multidimensional (M. Zlate, 1994):

1. *Factori interiori-structurali* sau factorii de natură psihologică, incluzând trei categorii:

– intelectuali: gândire, inteligența creatoare cu forma ei esențială pentru creativitate – gândirea divergentă;

– afectiv-motivaționali: curiozitatea, pasiunea, creşterea tensiunii motivaționale, tendința de autorealizare, tendința de a comunica;

– factori de personalitate: atitudinali, aptitudinali, temperamentali;

2. *Factori exterior-conjucturali* sau socio-culturali: particularitățile sociale, istorice, clasa socială, grupul de care aparține individul, condițiile materiale;

3. *Factori psiho-sociali*: ambianța relațională, climatul psihosocial al individului;

4. *Factori socio-educaționali*: nivelul educațional, influențele educative ale familiei, instituțiilor de învățământ, colectivelor de muncă.

Această clasificare poate fi reformulată, fie în factori generali şi speciali, fie în factori stimulatori sau inhibitori.

La rândul său, Maria Moldoveanu oferă o clasificare concisă a factorilor de personalitate, în două categorii principale:

– factori interni: intelectuali, aptitudinali, motivaționali;

Universitatea SPIRU HARET

– factori externi: de grup, de societate (M. Moldoveanu, 2002) .

În acelaşi sens, A. Cosmovici enumeră: aptitudinile, experienţa, motivaţia şi voinţa, inteligenţa, societatea (A. Cosmovici, 1995).

Al. Roşca realizează o clasificare generală a factorilor de creativitate în factori subiectivi sau însuşiri ale personalităţii creatoare (intelectuali, aptitudini speciale, motivaţie, temperament, caracter) şi factori obiectivi reprezentaţi de condiţiile socio-educative (Al. Roşca, 1972).

În descrierea şi calificarea factorilor stimulativi pentru creativitate vom apela la taxonomia, la ierarhia descrisă de A. Munteanu, în 1994, care ni se pare a fi dintre cele mai complete şi care vorbeşte de trei mari categorii de factori: psihologici, biologici, sociali (A. Munteanu, 1994).

3.1. **Factori psihologici**

Iniţial, creativitatea era redusă la inteligenţă, de către M. Terman, iar J.P. Guilford prezintă creativitatea ca pe o sinteză a întregii personalităţi, care include gândirea divergentă şi trăsături de personalitate.

În această primă categorie, a factorilor psihologici sunt incluşi factori intelectuali şi nonintelectuali, pe care îi vom prezenta, pe rând, în continuare.

1. ***Factori intelectuali***, care includ trei dimensiuni: gândirea divergentă, gândirea convergentă, stilul perceptiv (aprehensiunea).

Gândirea divergentă, ca noţiune psihologică, a fost introdusă de J.P. Guilford, prin modelul tridimensional al intelectului, fiind o dimensiune din categoria operaţiilor şi descrisă ca fiind o gândire de tip multidirecţionat, care include aptitudinile: fluiditate, flexibilitate, originalitate, elaborare, sensibilitatea, redefinire.

– *fluiditatea* reprezintă volumul şi rapiditatea debitului asociativ, sau numărul de răspunsuri obţinut; formele fluidităţii pot fi: verbală, ideaţională, asociativă, expresională;

– *flexibilitatea* este aptitudinea de restructurare a demersurilor gândirii în raport de noile cerinţe sau de varietatea răspunsurilor formulate, presupunând apelul la centrări şi decentrări succesive; formele acestei aptitudini pot fi spontană, când restructurarea apare ca urmare a iniţiativei subiectului, sau adaptativă când este dirijată din exterior; Al. Roşca o consideră ca fiind factorul cel mai important pentru creativitate;

– *originalitatea* este abilitatea unui subiect de a da răspunsuri neobişnuite, neuzuale, cu o frecvenţă statistică redusă. Dar originalitatea

Universitatea SPIRU HARET

nu este dată doar de raritatea răspunsurilor, ci şi de relevanţa sau de corespondenţa cu cerinţele realităţii, după cum arăta F. Baron.

Evaluarea originalităţii poate fi realizată fie în mod obiectiv, prin prelucrări statistice, fie în mod subiectiv, prin aprecierea unor evaluatori.

M. Bejat crede că originalitatea este o rezultantă a următorilor factori: independenţa în gândire, imaginaţia creatoare, trăsături de personalitate (susţinerea propriilor opinii nonconformiste) (M. Bejat, 1971);

– *elaborarea* este acţiunea propriu-zisă de producere a unor soluţii inedite;

– *sensibilitatea* faţă de probleme, ca abilitate de identificare a problemelor;

– *redefinirea* este capacitatea de folosi obiectele în modalităţi neuzuale.

Între aceste componente ale gândirii divergente relaţiile ce se stabilesc sunt de intercorelaţie şi, atunci când este cazul, de compensaţie.

Gândirea convergentă are rolul ei, de asemenea, în derularea demersului creativ, întrucât reprezintă principalul mijloc de asimilare a informaţiilor, esenţial pentru asigurarea unui nivel corespunzător mecanismului creativ.

Aprehensiunea sau stilul perceptiv este o dimensiune stilistică a intelectului care reflectă modalitatea de reacţie a proceselor cognitive la problemele ce urmează a fi rezolvate. M. Bejat crede că indivizii înalt creatori sunt sintetico-analitici.

2. ***Factori nonintelectuali***, menţionaţi în literatura de specialitate, sunt motivaţia, caracterul, afectivitatea, temperamentul, rezonanţa intimă.

Motivaţia este esenţială pentru înlăturarea eventualelor obstacole ce pot apărea, susţinând efortul creatorului. Dintre formele motivaţiei, cea intrinsecă este foarte importantă pentru demersul creator, deşi T. Amabile crede că şi motivaţia extrinsecă are rolul ei, mai ales pentru sarcinile pe termen lung.

În opinia lui G.R. de la Grace, principalele fenomene motivaţionale ce stimulează creativitatea sunt: nevoia de ordonare a complecşităţii, de senzaţii tari, nevoia de a excela, tendinţa de asumare a riscului.

Vasile Pavelcu sintetizează importanţa motivaţiei pentru creativitate astfel: „Înţelegerea actului creator nu se poate dezvălui decât în contextul şi dinamica motivaţională a personalităţii." (V. Pavelcu, 1974)

Caracterul este stimulator pentru creativitate prin următoarele tipuri de trăsături caracteriale: puterea de muncă, perseverenţa,

Universitatea SPIRU HARET

răbdarea, conştiinciozitatea, inițiativa, curajul, încrederea în sine, independența, nonconformismul, capacitatea de asumare a riscului (A. Munteanu, 1994). A. Roe crede că o trăsătură comună a creatorilor, indiferent de domeniul în care creează, este tenacitatea în muncă.

Afectivitatea asigură energizarea şi valorificarea dimensiunilor caracteriale, a celor cognitive, a aptitudinilor speciale, aşa cum arăta şi R. Zazzo.

Temperamentul nu este un factor ce diferențiază indivizii creativi de cei mai puțini creativi, deci nu putem vorbi de existența unui tip temperamental nepotrivit pentru creativitate, ci poate exista o adecvare după natura domeniului respectiv. Al. Roşca credea că temperamentul influențează mai ales stilul activității creatoare, continuu sau în salturi, care poate influența productivitatea şi eficiența (Al. Roşca, 1972).

Rezonanța intimă este un factor stilistic al personalității, ce reprezintă modul în care experiențele trăite se reflectă la nivel individual, şi cele două categorii care pot exista sunt tipul centripetal, orientat spre propria interioritate, şi tipul centrifugal, orientat spre mediul exterior. M. Bejat a constatat că persoanele înalt creative sunt, în general, ambiegal orientate.

3. ***Aptitudinile speciale***. În cadrul potențialului creator putem distinge două dimensiuni majore, potențialul creativ general şi cel specific, constituit dintr-un ansamblu de însuşiri care permit obținerea unor performanțe în domenii cum sunt: arta, literatura, ştiința, tehnica. Dezvoltarea aptitudinilor speciale asigură atingerea nivelurilor superioare ale creativității, cel inovativ şi emergentiv, prin direcționarea, specializarea şi susținerea potențialului creativ general.

Aptitudinile speciale se constituie ca o rezultantă a combinării, cu ponderi variabile a următoarelor componente:

– senzoriale (acuitate vizuală, auditivă);
– psihomotrice (dexteritate manuală, coordonare oculo-motorie);
– intelectuale (inteligența);
– fizice (forța fizică, memoria chinestezică).

Inteligența are ponderi diferite în funcție de aptitudinea specială implicată; astfel are o pondere ridicată în ştiință şi matematică, mai redusă în tehnică şi literatură, şi cel mai redus nivel în muzică, arte plastice, sport, coregrafie. Inteligența tehnică, în schimb, este implicată de aptitudinile tehnice.

În continuare vom prezenta câteva aptitudini speciale, implicate în diferite domenii de activitate, cu prezentarea dimensiunilor, componentelor implicate la fiecare din ele, a căror cunoaştere este

Universitatea SPIRU HARET

esențială pentru demersurile educative, pentru dezvoltarea şi stimularea creativității.

Aptitudinea organizatorică sau de conducere este definită de V. Oprescu astfel: „O însuşire complexă a personalității, ce constă dintr-un ansamblu de procese şi calități ale omului, care-i asigură acestuia posibilitatea de a-i mobiliza pe alți oameni pentru îndeplinirea în comun şi cu randament calitativ-cantitativ superior a unei activități” (V. Oprescu, 1991). Calitățile pe care le reuneşte această aptitudine sunt următoarele:

– trăsături volitiv-caracteriale: conştiința responsabilității sociale, inițiativă, capacitatea de risc, capacitatea de a depăşi greutățile, exigența față de sine şi față de alții, spirit de răspundere, principialitate, fermitate, corectitudine, sinceritate, modestie.

– calități intelectuale: inteligență, spirit critic şi autocritic, capacitatea de clarificare şi coordonare, capacitatea de predicție a consecințelor unei acțiuni, capacitatea de cunoaştere a oamenilor;

– trăsături afective: dragoste față de muncă, capacitatea de a se entuziasma şi a-i mobiliza pe alții, capacitatea empatică;

– structura temperamentală: se consideră că sangvinicul poate fi mai potrivit pentru funcții de conducere, prin calitățile sale: forță psihică, echilibru, mobilitate psihofizică, adaptabilitate la situații noi, sociabilitate, optimism, din care pot rezulta un stil democratic de conducere;

– extraversiunea, importantă prin calități cum sunt dinamismul, sociabilitatea;

– trăsături fizice care pot favoriza: înfățişarea agreabilă, talia înaltă.

Aptitudinea matematică desemnează un ansamblu de însuşiri care asigură desfăşurarea, cu succes, a activității în domeniul matematicii. În privința vârstei, se consideră că această aptitudine se cristalizează la nivelul gimnaziului şi se afirmă plenar în liceu. Calitățile relevante pentru această aptitudine sunt:

– factori intelectuali: dimensiuni ale gândirii (capacitatea de abstractizare, de generalizare, originalitate, fluență, capacitatea de problematizare, viziune spațială, analiză critică), atenție, memorie, mai ales logică;

– factori nonintelectuali: interes şi pasiune pentru matematică, putere de muncă, perseverență.

Aptitudinea pedagogică este consecința interiorizării acțiunii educative, în care sunt incluse trăsături psihologice, psihopedagogice, psihosociale (A. Munteanu, 1994). În acest sens, este relevantă opinia lui C. Noica: „O şcoală în care profesorul nu învață şi el este o absurditate.

Universitatea SPIRU HARET

Cred că am găsit un motto pentru şcoala mea: Nu se ştie cine dă şi cine primeşte.” Calităţile specifice aptitudinii pedagogice sunt:

– ştiinţifice;

– psihopedagogice;

– psihosociale.

Aptitudinea muzicală implică niveluri superioare la simţul ritmului, al înălţimii şi intensităţii sunetului, al timpului. Calităţile necesare pentru structurarea acestei aptitudini sunt:

– intelectuale: inteligenţă, imaginaţie;

– calităţi psihofizice: discriminarea auditivă şi anumite funcţii motorii.

Aptitudinile pentru desen şi pictură implică mai ales factori psihofiziologici: acuitatea vizuală, abilitatea manuală. Componentele esenţiale ale aptitudinii artistice ar fi următoarele:

– fixarea rapidă, precisă şi durabilă a imaginii vizuale a obiectelor;

– tendinţa de percepere a întregului, cu o înclinare mai redusă spre analiză;

– aprecierea corectă a abaterii liniilor de la verticală sau orizontală;

– aprecierea sau reproducerea corectă a proporţiei obiectelor;

– aprecierea sau judecata artistică (capacitatea de a distinge între copia şi originalul unui tablou).

Aptitudinea literară este interesant descrisă de Tolstoi, care credea că în scriitor trebuie să se întâlnească trei persoane: gânditorul, care ridică o problemă importantă din punct de vedere social, artistul care pune ideea în imagini artistice, criticul care analizează intenţia operei şi realizarea, obiectivarea ei.

Componentele aptitudinii literare sunt:

– observaţia, îi permite autorului să reflecte esenţialul, şi are un caracter empatetic;

– exigenţa faţă de sine;

– responsabilitatea faţă de oameni şi societate;

– convingeri morale puternice.

Aptitudinea tehnică sau mecanică este utilă mai ales pentru invenţii şi este constituită din următoarele componente:

– vizualizarea relaţiilor spaţiale, bi sau tridimensional;

– înţelegerea de tip tehnic (identificarea principiilor operaţiilor mecanice);

– dexteritatea manuală;

– informaţia tehnică.

Universitatea SPIRU HARET

3. 2. **Factori biologici**

În această categorie sunt luaţi în considerare patru tipuri de factori: ereditatea, vârsta, sexul şi sănătatea mentală.

1. *Ereditatea* indică nivelul superior până la care se pot dezvolta potenţele creative înnăscute, dar fără a garanta, în mod obligatoriu, atingerea acestora. Argumentele ştiinţifice aduse în literatura de specialitate în favoarea susţinerii importanţei eredităţii sunt cele care vorbesc de copii superior înzestraţi din punct de vedere al unor aptitudini speciale şi existenţa mai multor generaţii cu talente deosebite în cadrul aceleiaşi familii.

Domeniile în care au fost înregistrate performanţe speciale la vârste mici sunt variate:

– muzică: Mozart, Haydn, Rimsky-Korsakov, Mendelson-Bartholdy, Schubert, Rossini, Liszt, Rahmaninov, Chopin, Schuman, Enescu;

– literatură: Goethe, Byron, Goldoni, Eminescu;

– pictură: Rafael, Giotto, Van Dick, Grigorescu, Luchian;

– ştiinţă şi tehnică: Gauss, Pascal, Newton, Leibniz, Edison, Iorga.

Talente deosebite întâlnite de-a lungul mai multor generaţii au fost semnalate în domeniile:

– muzică: familiile Bach şi Strauss;

– pictură: familiile Titzian şi Holbein;

– literatură: familia Dumas;

– matematică: familia Bernoulli;

– ştiinţele naturii: familia Darwin.

Eysenck arăta că talentele sunt o consecinţă a interacţiunii dintre ereditate şi mediu, structura este stabilită de ereditate şi funcţia de mediu.

În contradicţie cu dovezile care demonstrează rolul eredităţii în strucurarea unor aptitudini speciale, au fost aduse şi argumente care le contrazic:

– aşa-zişii copii invulnerabili („superkids” sau „les enfants incassables”) sunt copii ce au performanţe superioare în anumite domenii de activitate deşi au premise nefavorabile (părinţi cu retard mental, cu posibilităţi financiare reduse, alcoolici, familii dezbinate);

– existenţa unei plasticităţi şi a polivalenţei predispoziţiilor explică existenţa unor talente multilaterale: Leonardo da Vinci (a fost pictor, sculptor, filosof, naturalist, fizician, inginer, matematician), Goethe (poet, naturalist, fizician), Chopin (muzician, pictor, poet, actor), Machiavelli (istoric, scriitor, om de stat), Camil Petrescu

Universitatea SPIRU HARET

(romancier, literat, filosof, matematician), Lucian Blaga (poet, filosof, istoric), Henri Coandă (savant, inventator, sculptor);

– înregistrarea unor manifestări târzii ale aptitudinilor: Cervantes a publicat „Don Quijote de la Mancha” la 60 de ani, Walter Scott şi-a scris primul roman la 30 de ani.

Desigur că putem menţiona şi argumente ce vin în favoarea rolului major al influenţelor social-educative, şi anume: cercetările longitudinale efectuate pe gemeni crescuţi în medii socioculturale diferite au arătat că evoluţia acestora era influenţată particularităţile mediului; aptitudinile muzicale, literare, artistice impun în mai mare măsură prezenţa dotării ereditare, iar cele organizatorice, ştiinţifice, tehnice, pedagogice impun la un nivel mai redus dotarea ereditară; importanţa modelării sociale asupra omului (cazul copiilor-lup).

Sunt autori ce diferenţiază influenţele mediului de cele ale eredităţii, în funcţie de nivelul aptitudinilor; astfel, A. Munteanu apreciază că ereditatea influenţează mai ales supradotarea, iar factorii socio-culturali sunt responsabili de dotarea periferică (A. Munteanu, 1994).

De asemenea, M. Zlate apreciază că atitudinea cea mai adecvată în această problemă este acea de apreciere nu a unei direcţii sau alteia, ci a calităţii influenţelor exercitate de ereditate şi de mediu. Condiţiile socioculturale favorabile sunt inutile în prezenţa unor dotări precare, de exemplu un copil cu retard mental nu poate ajunge la performanţe superioare, chiar dacă dispune de condiţii favorabile de mediu. De asemenea, dacă potenţialităţile de care dispune o persoană nu sunt valorificate în mediul în care se dezvoltă, acestea nu se pot obiectiva. Deşi în anumite condiţii compensarea joacă un rol important între factorii de mediu şi cei ereditari, când între cele două categorii de factorii diferenţele de nivel şi calitate sunt prea mari, aptitudinile speciale nu se pot dezvolta corespunzător. Performanţele sunt maxime atunci când între factorii ereditari şi cei de mediu există o coincidenţă, din punct de vedere al calităţii lor (M. Zlate, 1994).

2. *Vârsta* ca factor stimulator pentru creativitate a fost abordată în psihologie din perspectiva a două direcţii principale:

a. Creativitatea are un parcurs invers proporţional cu vârsta, datorită creşterii puterii de judecată, dezinteresul sistemului şcolar faţă de creativitate, diminuarea plasticităţii, diminuarea motivaţiei, scăderea puterii şi rezistenţei fizice, a acuităţii vizuale şi a stării de sănătate, în general; această orientare pare să fie contrazisă de o serie de exemple din istoria culturii: Goethe a compus a doua parte din *Faust* la 82 ani, Verdi a compus *Falstaff* la 80 ani, Edison era

Universitatea SPIRU HARET

inventator chiar şi la 80 ani, Gr. Moisil a creat lingvistica matematică la 70 ani, C. Noica a scris principalele opere după 70 ani. Aceste exemple demonstrează că menţinerea performanţelor creative la vârste înaintate poate fi obţinută prin preocupări susţinute în direcţia activităţii intelectuale, care presupun: participarea la grupuri eterogene ca vârstă, menţinerea contactelor cu specialităţi din domeniu, diminuarea obligaţiilor administrative.

b. Pe parcursul creativităţii pot fi distinse fluctuaţii. E.P. Torrance prezenta următoarea evoluţie a creativităţii: până la 9 ani se înregistrează o creştere, între 9 şi 12 ani avem o stagnare, între 12 şi 17 ani un puseu remarcabil, după care curba descreşte treptat.

Autorii americani cred că, în general, se înregistrează o scădere a creativităţii când copii trec de la un ciclu şcolar la altul. Încercările de delimitare a unor vârste de maximă dezvoltare a creativităţii nu au ajuns la un consens şi pot fi grupate astfel:

– H. C. Lehman, W Dennis, R. Claude, A. Moles cred că vârsta de 35 ani este cea mai prolifică pentru creativitate;

– W. J. J. vorbeşte de o perioadă potrivită situată între 25 şi 40 ani;

– I. Căpâlneanu apreciază intervalul 30-40 ani ca fiind maxim pentru creativitate.

Alţi autori aduc nuanţări ale acestor intervale, în funcţie de domeniul de activitate în care se dezvoltă creativitatea:

– până la 25 ani pentru sport;

– 25-35 ani pentru poezie, chimie, matematică, fizică;

– 35-45 ani pentru medicină, arhitectură, filosofie.

H.C. Lehman şi W. Dennis oferă o analiză mai nuanţată a evoluţiei performanţelor creative de-a lungul ontogenezei, pe diferite domenii:

a. în activităţile sportive, cum ar fi box, tenis, biliard, tir, performanţele superioare se întâlnesc cel mai des între 25-29 ani; după 44 ani rezultate superioare sunt mai rar obţinute, dar la biliard şi tir numeroşi campioni au câştigat campionatul după 44 ani, fiind nevoie de precizie, mai ales, şi nu de forţă; la şah performanţe bune se obţin până la maxim 30 ani, dar până la 50 ani declinul este destul de redus.

b. în ştiinţă, literatură şi artă, perioada 30-40 ani este cea mai productivă, cu unele diferenţe:

– în chimie, poezie, lirică, muzică instrumentală, cele mai bune performanţe se obţin între 25-30 ani;

– în matematică, fizică, chirurgie, tehnică, botanică, poezie, satiră, comedie, pictură în ulei, între 30-35 ani;

Universitatea SPIRU HARET

– pentru geologie, astronomie, bacteriologie, fiziologie, patologie, logică, etică, estetică, pedagogie, filosofie, operă, sculptură, între 35-45 ani;

– genetica, psihologia, ştiinţele economice, politice, între 30-40 ani;

– opera uşoară, comedia muzicală, romanul, arhitectura modernă, pictura contemporană în ulei, între 40-45 ani;

– filosofia socială, între 35-45 ani;

– conducătorii politici şi militari, între 50-70 ani;

Declinul productivităţii creative este explicat de Lehman printr-un ansamblu de factori: reducerea flexibilităţii, diminuarea vigorii fizice, a acuităţii vizuale, a stării de sănătate, modificări ale sistemului motivelor ca urmare a răspunderilor familiale şi a greutăţilor financiare, multiplicarea sarcinilor administrative ca o consecinţă a creşterii prestigiului. Dar în evoluţia productivităţii individuale îşi lasă amprenta şi factori de altă natură, şi anume, condiţiile de mediu în care s-a dezvoltat şi a lucrat personalitatea creatoare, dar şi diferenţele interindividuale din profilul psihologic al fiecăruia.

Desigur, în istoria culturii avem multiple exemple, aşa cum am mai amintit şi mai devreme, de menţinere a creativităţii dincolo de vârstele medii (Al. Roşca, 1972):

– deşi Milton şi-a pierdut vederea la 44 ani, a scris *Paradisul pierdut* la 57 de ani şi *Paradisul regăsit* la 62 de ani;

– Mark Twain scrie la 71 de ani *Jurnalul Evei* şi *Legatul de 30 de mii de dolari*;

– Benjamin Franklin a scris la 84 de ani *Apel adresat Congresului pentru abolirea sclaviei*;

– Graham Bell a perfecţionat la 58 de ani telegraful şi la peste 70 de ani a găsit soluţia pentru stabilizarea echilibrului în avioane.

Manifestarea puterii de creaţie la vârste înaintate este explicată de G. Lawton prin păstrarea imaginaţiei constructive, antrenarea ei, iar D.C. Peltz şi F.M. Andrews cred că cei mai productivi sunt cei care optează pentru o diversitate moderată în conţinutul activităţii lor ştiinţifice, ceea ce implică schimbări în domeniul de cercetare, în problemele cercetate.

Interesante sunt constatările lui W. Dennis, care în urma cercetărilor longitudinale a ajuns la concluzia că cei care au început de timpuriu să fie creativi manifestă o productivitate ridicată la vârstele înaintate, lucru observat şi la cei care pot fi consideraţi genii.

3. *Sexul*, cel de al treilea factor biologic, luat în considerare în analiza dinamicii factoriale a creativităţii, nu este un element de diferenţiere în nivelul potenţialelor creatoare.

E.P. Torrance crede că productivitatea de tip creativ presupune o îmbinare a caracteristicilor femeilor cu cele ale bărbaţilor: sensibilitate şi deschidere, dar şi independenţă în gândire, deci şi o divergenţă a gândirii. De multe ori, interesele fetelor creative sunt percepute de ceilalţi ca fiind tipic masculine, iar băieţii supradotaţi pot avea interese pentru domenii considerate, în mod convenţional ca fiind specific feminine.

Totuşi, este evident că în istoria culturii s-a înregistrat un număr mai mic al femeilor care au avut contribuţii creative în matematică, arhitectură, muzică, sculptură. Torrance a constatat structuri diferite ale intereselor la un sex faţă de celălalt, iar Roe crede că aceasta este consecinţa influenţelor exercitate de societate şi familie, întrucât aşteptările din partea celor două sexe sunt diferite, în privinţa comportamentului (M . Bejat, 1981). Astfel, prejudecăţile sociale duc la conturarea unor comportamente faţă de ştiinţă diferite la bărbaţi şi femei. A. Anastasi crede, de asemenea, că nu putem vorbi de superioritate sau de inferioritate când ne referim la bărbaţi şi femei, ci doar de diferenţe între aptitudinile celor două sexe, ca o consecinţă a factorilor culturali şi a celor legaţi de experienţele trăite.

În acelaşi sens, F. Turcu, în studiile sale asupra creativităţii tehnice nu a constatat diferenţe relevante la nivelul creativităţii în funcţie de sex.

Deşi între bărbaţi şi femei nu se înregistrează diferenţe în valoarea şi calitatea potenţialităţilor creatoare, pot apărea unele diferenţe în funcţie de domeniul de activitate în care aceste potenţialităţi pot fi valorificate (A. Munteanu, 1994).

4. *Sănătatea mentală* Autori cum sunt Platon, Cicero, Horaţiu, vorbesc de o relaţie existentă între genialitate şi nebunie, dar înzestrarea şi genialitatea nu pot fi explicate prin nebunie, ci putem vorbi, mai bine zis, de un nonconformism comportamental întâlnit la marii creatori. Percepţia populară a relaţiei genialitate-nebunie are la bază viziunea romantică asupra nebuniei, conform căreia nebunia este o modalitate diferită de a interpreta existenţa, diferită de cele tradiţionale, conformiste.

Psihanaliştii au fost, de asemenea interesaţi de implicaţia patologiei în performanţele creative. S. Freud credea că tendinţele refulate sunt satisfăcute pe cale imaginară, prin sublimare, iar A. Adler vedea în creaţie o modalitate de compensare a complexelor de inferioritate, exemplele date fiind cele ale lui W.A. Mozart, L. von Bethoven, care prezentau carenţe senzoriale. Dar, în studiul său

Universitatea SPIRU HARET

asupra evoluției lui Leonardo da Vinci, Freud a constatat că geniul nu poate fi redus la tulburare psihică: „Harul artistic şi capacitatea de efort fiind intim legate de sublimare, trebuie să mărturisim că esențialul funcției artistice va rămâne din punct de vedere ştiințific inaccesibil”.

În contradicție cu autorii care pun creativitatea în relație cu nebunia, umaniştii, Rogers, Maslow, cred că există o relație de inversă proporționalitate între genialitate şi nebunie.

Se poate ca în unele cazuri, normalul şi patologicul să coexiste, dar aceasta nu înseamnă că manifestările psihopatologice sunt premise ale creației, chiar dacă au fost constatate la multe celebrități, cum sunt: A. Dürer, P. Cézanne, Van Gogh, Ch. Baudlaire, G. Flaubert, F. Dostoievski, W. A. Mozart.

Bolile mentale pot fi prezente la persoanele geniale, dar fără a se constitui în premisă sau consecință a acesteia, dovadă stau multiplele exemple din istoria culturii care arată că multe personalități geniale nu au prezentat tulburări psihice, ci au dat dovadă de robustețe şi longevitate, cum ar fi: Leonardo da Vinci, B. Michelangelo, J.W. Goethe, V. Hugo, G.B. Shaw, G. Verdi.

În acord cu A. Athanasiu, considerăm că nu putem explica geniul prin tulburările psihice, aceasta fiind doar o etichetă, o formă convențională de a eticheta elanurile creatoare ale unui artist, care nu explică decât aspectele de nonconformism, bizarerii. L. Blaga arăta cum dezechilibrele psihice pot genera tendința spre echilibru, „boala care incită la creație este sănătate de ordine mai înaltă”.

Opera se poate constitui şi în mijloc terapeutic pentru autorul său, actul creator putând avea valențe pozitive pentru igiena sa mentală. Chiar Aristotel vorbea de relația creație culturală–catharsis, apoi Adler vedea în creație un mijloc de a ține în frâu tendințele dezorganizatoare întrucât pot fi reorientate complexele de inferioritate.

Efectele terapeutice ale creației sunt amintite în cazul lui Balzac, pentru care opera sa a avut consecințe salvatoare, fiind un mijloc de protecție împotriva dezordinii psihice, întrucât se crede că exprimarea ordonată prin scris se poate constitui în metodă de înlăturare a unor tensiuni şi în metodă de a impune o funcție organizatorică a limbajului, un patern de ordine. Chiar munca poate fi un refugiu, un act terapeutic, prin reorientarea către alte orizonturi de trăire în care disconfortul legat de problemele vieții se estompează.

Mecanismele care asigură efectele terapeutice ale operei de artă sunt descrise de A. Athanasiu astfel: creația are o valoare autoterapeutică,

Universitatea SPIRU HARET

întrucât creatorul înțelegând că poate găsi frumusețea chiar în suferință, își găsește argumente pentru a-și forma o viziune pozitivă asupra lumii. Astfel, suferința sau boala îl pot determina pe individ să facă restructurări, reorientări, deschideri către alte perspective, supracompensări, posibilități de cunoaștere noi (A. Athanasiu, 1998). Procesul creator este un mijloc prin care autorul își poate reorienta neliniștea interioară și se poate autovaloriza.

3.3. **Factorii sociali**

În această categorie sunt incluse condițiile socio-economice și culturale și condițiile educative.

1. *Condiții socio-economice și culturale*. Orice personalitate creatoare este influențată de epoca, clasa, familia, grupurile cu care vine în contact și din care face parte. Astfel, putem vorbi de *situație creativă* (MacKinnon) și de *climatul creativ* care cuprinde totalitatea particularităților ambientale, materiale și psihosociale, ce pot influența creativitatea (A. Munteanu). Cattell a constatat că, în privința dotării ereditare, nu există diferențe în distribuția oamenilor cu aptitudini excepționale în populația generală în toate zonele culturale, dar valorificarea acestor potențe impune anumite condiții favorabile.

Marile descoperiri și invenții apar în legătură cu ambianța științifică a timpului în care trăiesc creatorii, așa cum arăta și G. Gordon: „Știința este un produs social în care, chiar cel mai individualist dintre teoreticieni este dependent de o multitudine de cercetători care-i oferă datele necesare pentru elaborarea unei teorii.” În același sens, menționăm contribuția lui J. Piaget, pentru care „societatea este unitatea supremă, iar individul nu ajunge la invențiile și construcțiile sale intelectuale decât în măsura în care el este sediul de interacțiuni colective al căror nivel de valoare depinde natural de ansamblul societății. Marele punct de intersecție sau de sinteză a unor idei elaborate printr-o cooperare continuă.”

În istoria culturii există multiple exemple de descoperiri simultane ale unor cercetători ce au lucrat independent, aceasta fiind dovada factorului socio-istoric sau a spiritului timpului de care vorbea Goethe, numit *Zeitgeist*. Astfel de exemple de descoperiri simultane sunt:

– Newton și Leibniz au inventat calculul diferențial independent unul de altul;

Universitatea SPIRU HARET

– Adams şi Le Verrier au descoperit aproape simultan, la câteva zile diferenţă, planeta Neptun;

– James şi Lange au elaborat, separat, teoria periferică a emoţiilor.

Desigur că există o bază cultural-ştiinţifică a marilor creaţii în ştiinţă şi artă, că cercetătorul poartă amprenta timpului epocii sale, dar în analiza dinamicii factoriale nu trebuie să uităm aspectele individual-psihologice (Al. Roşca, 1981).

Climatul creativ poate fi abordat din următoarele perspective:

a. influenţa climatului asupra formării şi afirmării creativităţii, asupra formării capacităţilor creatoare la copii şi adolescenţi;

b. influenţele asupra performanţelor creatoare la persoane angajate într-o activitate profesională.

A. Munteanu a sintetizat influenţele socio-economice şi culturale benefice pentru creativitate, şi prezintă condiţii ce pot stimula creativitatea (A. Munteanu, 1994) :

– condiţii socio-economice medii, între opulenţă şi sărăcie;

– un grad ridicat de aspiraţie şi de cultură al grupului;

– existenţa unor relaţii sociale de tip democratic;

– prezenţa libertăţii şi securităţii psihologice;

– posibilitatea individului de a avea încredere în viitorul său.

La polul opus se situează barierele, factorii inhibitori pentru creativitate specifici condiţiilor sociale:

– ideea falsă că există o incompatibilitate între muncă şi umor;

– supraevaluarea efortului în detrimentul rezultatelor („geniul este 99% transpiraţie şi 1% inspiraţie”, Edison);

– teama de a greşi;

– teama de a pune întrebări;

– teama de a fi diferit în grupul de care aparţine individul;

– teama de aborda probleme considerate ca aparţinând sexului opus;

– promovarea falsei modestii;

– autoritarismul, de orice natură, politic, profesional, şcolar, familial.

2. *Condiţii educative*. În această subcategorie sunt incluse influenţele exercitate de două instituţii principale, familia şi şcoala.

Familia îşi exercită influenţa asupra copilului prin intermediul a trei poli principali: tatăl, ce acţionează după principiul autorităţii, mama, după cel al afectivităţii şi fraţii ce se supun principiului rivalităţii. Influenţele pe care le poate exercita familia sunt cele legate de formarea personalităţii, calitatea şi valoarea fondului său cultural, formarea şi afirmarea creativităţii.

Universitatea SPIRU HARET

Condițiile stimulative pentru creativitate pe care le poate crea familia sunt:

– condiții socio-economice de nivel mediu;

– nivel cel puțin mediu al fondului cultural al membrilor familiei;

– mărimea familiei este foarte importantă: competiția între frați poate fi stimulativă; copilul unic nu este întotdeauna creativ; un număr prea mare de copii nu asigură influențe educative corespunzătoare, deci nu este benefic pentru creativitate;

– printre primii născuți au fost înregistrați cei mai mulți creatori, întrucât ei beneficiază de un mare entuziasm educativ din partea părinților;

– integrarea copilului într-o instituție preşcolară asigură completarea fondului educațional oferit de familie.

Un climat creativ poate fi asigurat de familie dacă va respecta următoarele principii (A. Munteanu, 1994):

– fiecare părinte să-şi asigure o profesie, dar fără ca acesta să impieteze securitatea psihologică a copilului;

– relațiile din familie să fie de tip democratic, generatoare a unei atmosfere de calm, toleranță, dar nu excesivă prin afecțiune sufocantă, ci să-i lase posibilitatea de inițiativă;

– educația precoce şi intensă;

– stimularea de timpuriu a inițiativei şi independenței intelectuale şi de acțiune a copilului;

– încurajarea dorinței de comunicare, de a pune întrebări a copilului;

– obiceiul de a citi ziare şi reviste;

– interesul părinților pentru performanțele şcolare ale copilului să fie moderate, să nu fie exagerate;

– critica să se manifeste cu bunăvoință;

– flexibilitatea, corectitudinea şi nuanțarea sistemului de pedepse şi recompense;

– încurajarea şi stimularea capacității copilului de a-şi asuma riscuri;

– nivelul afecțiunii părinților să fie moderat.

Şcoala poate deveni un promotor al inițiativelor creative atunci când asigură condiții, cum sunt:

– democratizarea relației profesor-elev, prin participarea elevului la procesul instructiv-educativ, proces care să fie interactiv ;

– crearea unei atmosfere şcolare între autoritarism şi liber-arbitru;

– restructurarea programelor şcolare, atât pe orizontală, prin extinderea acelor discipline care stimulează în mod direct creativitatea (literatura, muzica, desenul), dar şi prin includerea unor discipline noi,

Universitatea SPIRU HARET

cât şi pe orizontală, prin evitarea supraîncărcării, a excesului de informaţii;

– includerea unor strategii creative şi promovarea unor metode noi (de exemplu: învăţământul prin descoperire, prin care elevul descoperă informaţiile prin eforturi proprii, prin formarea unei anumite scheme cognitive; metoda descoperirii dirijate).

A. Munteanu adaugă la aceste condiţii şi unele recomandări care au ca scop înlăturarea unor piedici în calea dezvoltării creativităţii şi care sunt specifice sistemelor de învăţământ contemporan: înlăturarea modelului elevului care ştie să reproducă manualul; focalizarea exagerată a profesorului pe programa şcolară; supraestimarea notelor şi a metodelor tradiţionale de învăţământ; aprecierea mai mult a memoriei şi raţiunii, şi mai puţin a imaginaţiei şi a altor dimensiuni ale personalităţii (A. Munteanu, 1994).

Profesorul deţine un loc aparte în procesul de încurajare a iniţiativelor creative, în valorificarea potenţialului creator, iar măsurile pe care el le poate lua în sistemul de învăţământ sunt:

– promovarea unei atmosfere şcolare favorabile creativităţii, în care să se înlăture inhibiţiile, criticismul exagerat, să mărească încrederea în sine a elevilor;

– îmbunătăţirea pregătirii sale psihopedagogice;

– stimularea tuturor dimensiunilor de personalitate ale elevilor;

– disponibilitatea sa şi în afara orelor de curs;

– să-l facă pe elev să-şi cunoască atât calităţile, cât şi lipsurile, defectele;

– promovarea unei uşoare supraevaluări a capacităţii elevilor;

– în cadrul orelor de curs, organizarea unor perioade de suspendare a notării elevilor.

În plus, profesorul trebuie să ţină cont de un aspect important, şi anume, de tendinţa copiilor înalt creativi de a fi mai puţin interesaţi de lucrul în echipă şi de a-şi elabora un plan personal de lucru, având un cerc restrâns de prieteni.

Sistemul de învăţământ influenţează semnificativ dezvoltarea unor aptitudini speciale, influenţă care este diferită de la un domeniu la altul. Astfel, Schaeffer şi Anastasi au observat că programele şcolare stimulează potenţele creative mai ales în domeniul artistic, pentru domeniul ştiinţific neconstatându-se afirmări ale copiilor, aceştia nu se deosebesc de ceilalţi la nivelul şcolii elementare. Iată deci, că învăţământul tradiţional elementar, încurajează mai mult aptitudinile artistice decât cele ştiinţifice (M. Bejat, 1981).

Universitatea SPIRU HARET

Climatul socio-cultural nu influenţează doar formarea şi afirmarea creativităţii, ci şi manifestarea performanţelor creatoare în unităţi productive concrete. Într-o întreprindere, cele două procese principale sunt: unul de realizare a produselor identice, în acord cu cererea impusă de beneficiari, şi altul, cu caracter creativ, inovativ, care inovează producţia. Între cele două categorii de procese se stabileşte un echilibru dinamic care asigură progresul producţiei (Al. Roşca, 1981).

Demersurile creative într-o unitate productivă acţionează la următoarele niveluri: ameliorarea sau inventarea unor noi produse, îmbunătăţirea relaţiilor interumane, asigurarea securităţii muncii, crearea unei atmosfere de muncă favorabile.

Foarte important într-o întreprindere productivă este identificarea şi punerea în practică, valorificarea ideilor noi, creative, lucru ce poate fi realizat, aşa cum indica C. Cojocaru prin două direcţii de acţiune principale:

– organizarea unui sistem de identificare, de selecţie a celor înalt creativi;

– plecând de la premisa că în fiecare individ există un potenţial creator ce poate fi valorificat, organizarea unor modalităţi de culegere a ideilor ce vin de la întregul personal al întreprinderii (C. Cojocaru, 1975).

Barierele ce pot apărea în apariţia şi comunicarea ideilor creative în instituţiile productive sunt: teama de critică, teama că ideea nu va fi apreciată, rigiditatea în păstrarea ideilor vechi, tradiţionale, neacordarea de atenţie faţă de ideile exprimate.

Al. Roşca dă câteva exemple de fraze care pot paraliza iniţiativele creative, dorinţa indivizilor de a-şi comunica ideile creative (Al. Roşca, 1981):

– „Nu are şanse să fie realizată”.
– „Aşa ceva există deja”.
– „S-au mai gândit şi alţii la o asemenea soluţie”.
– „Eşti sigur că va merge?”
– „Este o idee prea costisitoare”.
– „Să alcătuim o comisie care să analizeze problema”.

În cadrul colectivelor de cercetare, între context şi creativitate există o relaţie circulară, de interdependenţă, care se bazează, în principal, pe o comunicare adecvată în cadrul colectivului, aceasta însemnând schimb de informaţii şi idei, dezbateri formale şi

Universitatea SPIRU HARET

informale, atmosferă dominată de cooperare şi studiu, abordarea unor probleme noi, cu grad de dificultate ridicat.

Un climat care să motiveze inițiativele creative în colectivele de cercetare este cel care asigură o apreciere obiectivă, diferențiată, completă, şi care are un coordonator, un şef cu următoarele particularități:

– abilitatea de a sigura un sistem de recompense corect atât pentru sine, cât şi pentru ceilalți;

– autorealizare, complexitate şi divergență a orientării;

– capacitatea de asumare a riscului.

Factorii amintiți nu acționează separat şi în combinații diferite de la un individ la altul, ceea ce asigură obținerea performanțelor creative. Combinările factorilor sunt dinamice, putându-se compensa reciproc sau se pot modifica parțial. Aşa cum am observat când am discutat despre aptitudinile specifice diverselor domenii de activitate, şi în cazul factorilor în ansamblu putem spune că structura acestora variază în funcție de domeniu (ştiință, artă, tehnică). Astfel, în condiții minime de natură socio-culturală, de asemenea pentru factori intelectuali şi aptitudinali de nivel minim necesar, motivația şi trăsăturile caracteriale pot asigura obținerea performanțelor superioare.

3. 4. **Blocajele creativității**

Deşi am amintit factorii stimulatori pentru creativitate, factori ce reprezintă structura creativității, şi putem considera că factorii opuşi acestora se pot constitui în factori frenatori pentru creativitate, credem că se impune o sistematizare suplimentară a blocajelor creativității, sistematizare ce este frecvent amintită de diverşi autori.

1. *Blocaje culturale*

– conformismul, cei care se comportă diferit sunt sancționați de ceilalți, priviți cu suspiciune şi, în consecință, persoanele creative sunt descurajate; atitudinile pe care le putem include aici sunt: dorința de a se conforma modelelor sociale, de apartenență, conformism la ideile vechi, slabă capacitate de a transforma sau modela ideile, încredere exagerată în statistici şi experiența trecută, sentimentul că îndoiala este un inconvenient social;

– neîncrederea în imaginație, în fantezie, prin acordarea unei atenții exagerate raționamentelor, unde putem include: primordialitatea factorilor practici în luarea deciziilor, slaba capacitate de a modifica ideile, încredere exagerată în rațiune.

2. *Blocaje emoționale*, printre care amintim:

– teama de a nu greşi;

Universitatea SPIRU HARET

– teama de a fi minoritar;
– graba de a accepta prima idee;
– descurajarea rapidă;
– tendința exagerată de a-i întrece pe alții;
– capacitatea redusă de a se destinde, de a lăsa incubația să lucreze;

3. *Blocaje metodologice* sunt cele ce reflectă procedeele de gândire:

– rigiditatea algoritmilor folosiți anterior sau insistența în aplicarea aceloraşi algoritmi pe care i-am mai folosit în situații în care nu sunt potriviți;

– fixitatea funcțională este folosirea obiectelor potrivit funcției lor obişnuite, fără a încerca să le utilizăm şi în alt mod;

– critica prematură, evidențiată de Al. Osborn, este frânarea sugestiilor ce pot apărea pentru rezolvarea diferitelor probleme;

4. *Blocaje perceptive*:

– incapacitatea de a se interoga asupra evidentului;
– incapacitatea de a face distincția dintre cauză şi efect;
– dificultăți în definirea problemei;
– dificultăți în defalcarea problemei în elementele sale componente, care ar putea fi abordate mai uşor;
– dificultatea de a distinge între fapte şi problemă;
– discordanță între proiectul realizat şi cel personal.

5. *Blocaje legate de relația individ-grup*:

– lipsa de comunicare care poate avea formele: comunicare imposibilă din cauza discordanței limbajului, vocabularului; comunicare incompletă; comunicare deformată, denaturată voluntar;

– marginalizarea individului creativ, întrucât comportamentul său nu respectă normele sociale;

– lipsa de autenticitate datorită presiunilor exercitate de constrângerile sociale sau culturale;

– izolarea, fie datorită respingerii de către ceilalți, fie din inițiativă personală determinată de teama de a nu greşi;

– dependența încurajată de grup, obținută prin intermediul recompenselor şi pedepselor, a informațiilor, a căilor financiare.

Rezumat

Principalele categorii de factori stimulatori pentru creativitate, între care se stabilesc relații de interdependență, dominare sau compensare, sunt: psihologici, biologici, sociali.

Factorii psihologici includ factori intelectuali (gândirea divergentă, gândirea convergentă, aprehensiunea sau stilul perceptiv), factori nonintelectuali (motivația, temperamentul, caracterul, afectivitatea, rezonanța intimă) şi aptitudinile speciale.

Universitatea SPIRU HARET

Factorii biologici se referă la ereditate, vârstă, sex şi sănătatea mentală.

În ultima categorie, cea a factorilor sociali, sunt incluse atât condiţiile socio-economice şi culturale, cât şi cele educative, asigurate de familie şi şcoală.

Blocajele creativităţii, identificate în literatura de specialitate, sunt: cele culturale, emoţionale, metodologice, perceptive şi cele legate de relaţia individ-mediu.

Concepte-cheie

– *gândirea divergentă* este o dimensiune din categoria operaţiilor şi este descrisă ca fiind o gândire de tip multidirecţionat, care include aptitudinile: fluiditate, flexibilitate, originalitate, elaborare, sensibilitatea, redefinirea;

– *fluiditatea* reprezintă volumul şi rapiditatea debitului asociativ sau numărul de răspunsuri obţinut;

– *flexibilitatea* este aptitudinea de restructurare a demersurilor gândirii în raport de noile cerinţe sau de varietate a răspunsurilor formulate, presupunând apelul la centrări şi decentrări succesive;

– *originalitatea* este abilitatea unui subiect de a da răspunsuri neobişnuite, neuzuale, cu o frecvenţă statistică redusă. Dar originalitatea nu este dată doar de raritatea răspunsurilor, ci şi de relevanţa sau de corespondenţa cu cerinţele realităţii, după cum arăta F. Baron.

– *elaborarea* este acţiunea propriu-zisă de producere a unor soluţii inedite;

– *sensibilitatea* faţă de probleme este abilitatea de identificare a problemelor;

– *redefinirea* este capacitatea de folosi obiectele în modalităţi neuzuale;

– *gândirea convergentă* reprezintă principalul mijloc de asimilare a informaţiilor, esenţial pentru asigurarea unui nivel corespunzător mecanismului creativ;

– *aprehensiunea sau stilul perceptiv* este o dimensiune stilistică a intelectului care reflectă modalitatea de reacţie a proceselor cognitive la problemele ce urmează a fi rezolvate.

Extensii

În categoria factorilor psihologici unii autori includ şi *factorii abisali*, pornind de la ideea lui S. Freud, conform căreia creaţia are loc în zona inconştientului.

Universitatea SPIRU HARET

Argumentele aduse ulterior în favoarea acestei idei pot fi grupate astfel:

– apariția soluțiilor la probleme s-a produs uneori în timpul somnului sau în momente de relaxare, de exemplu la Descartes, Mendeleev;

– declarații ale creatorilor care vorbesc de intervenția unor forte abisale în timpul demersurilor creative (Homer, Platon, Stendhal, Wagner, Enescu).

De asemenea, E.J. Green descrie starea de creație ca pe o reverie hipnogogică, iar C. Martindale, ca pe o stare de relaxare trează.

Întrebări

1. Care sunt factorii nonintelectuali cu importanță în stimularea creativității?
2. Care sunt componentele principale ale aptitudinilor speciale?
3. Care sunt argumentele aduse în favoarea importanței eredității ca factor al creativității?
4. Care sunt cele două direcții de studiu al vârstei, ca factor al creativității?
5. Ce este climatul creativ?
6. Care sunt factorii incluşi în categoria influențelor culturale?
7. Care sunt principalele categorii de blocaje ale creativității?

Bibliografie selectivă

1. Athanasiu, A., *Suferință şi creație. Influența suferinței şi a bolii asupra personalității şi operei marilor creatori de cultură*, Editura Tehnică, Bucureşti, 1998.

2. Bejat, M., *Factorii individuali şi psihosociali ai creativității* în *Creativitatea în ştiință, tehnică şi învățământ*, coord. M. Bejat, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1981.

3. Cojocaru, C., *Creativitate şi inovare*, Editura Ştiințifică, Bucureşti, 1975.

4. Cosmovici, A., *Psihologie generală*, Editura Polirom, Iaşi, 1996.

5. Moldoveanu, M., *Mentalitatea creativă – perspectivă psihosociologică,* Editura Coresi, Bucureşti, 2002.

6. Munteanu, A., *Incursiuni în creatologie*, Editura Augusta, Timişoara, 1994.

7. Oprescu, V., *Aptitudini şi atitudini,* Editura Ştiințifică, Bucureşti, 1991.

8. Pavelcu, V., *Culmi şi abisuri ale personalității*, Editura Enciclopedică, Bucureşti, 1974.

9. Roco, M., *Creativitate şi inteligență emoțională*, Editura Polirom, 2001.

10. Roşca, Al, *Creativitatea,* Editura Enciclopedică, Bucureşti, 1972.

11. Roşca, Al, *Creativitatea generală şi specifică*, Editura Academiei, Bucureşti, 1981.

Universitatea SPIRU HARET

4. **FAZELE PROCESULUI CREATOR**

Procesul de creație este un fenomen complex, ce antrenează toate mecanismele psihologice ale creatorului, toate resursele dobândite prin experiență, este o modalitate prin care acesta își poate valoriza însușirile de personalitate.

Procesul creator desemnează aspectele psihologice ale activității creative, mecanismele şi dinamica psihologică a creatorului, de la apariția problemei la realizarea produsului creativ, obiectivizarea ideii creatoare (Al. Roşca, 1981). Acest proces poate avea o durată mai mare sau mai redusă, în funcție de domeniul de activitate, experiența creatorului, condițiile externe sau interne ale creației.

Complexitatea fenomenului creativității a dus la formularea diverselor modele care își propun să surprindă dinamica etapelor ce se derulează în timpul demersurilor creative. În literatura de specialitate există şi autori, deşi în număr redus, care contestă existența creativității ca un proces ce se desfăşoară în etape, cum sunt Wertheimer, Vinacke. În 1976, Silvano Arieti, în lucrarea *Creativity*: *The Magical Synthesis*, prezintă 8 modele celebre, formulate în secolul al XX-lea (S. Arieti, 1976).

1. Modelul lui *G. Wallas* este cel mai cunoscut în psihologie şi prezintă creativitatea ca un proces ce e desfăşoară în patru etape:

– prepararea, este etapa în care se defineşte problema care este analizată, studiată;

– incubația presupune lăsarea de o parte a problemei pentru o anumită perioadă;

– iluminarea este momentul în care apare ideea, soluția creatoare;

– verificarea este etapa de materializare a ideii creatoare.

În 1988 Torrance arăta că modelul lui Wallas stă la baza majorității programelor de antrenare a gândirii creative; o altă observație care se impune este aceea că urmarea rapidă a iluminării, după etapa incubației, i-a făcut pe unii autori să considere gândirea creativă un proces inconştient, care nu poate fi controlat (E.P. Torrance, 1988).

2. Modelul lui *F. Barron* acordă o mare importanță inconştientului şi hazardului, întâmplării, considerând creativitatea ca

Universitatea SPIRU HARET

un proces preponderent inconştient care scapă controlului creatorului şi care se derulează după cum urmează:

– conceperea;

– gestația, incubația;

– parturația;

– dezvoltarea ideii creatoare.

Perkins contrazice acest model, apreciind că deoarece nu putem descrie în totalitate procesele creative nu înseamnă şi că nu le controlăm.

3. Modelul lui *Rossman* are la bază studii ample, realizate prin chestionare aplicate unui număr de 710 inventatori, şi propune o extindere a dinamicii fazelor de la patru la şapte:

– constatarea unei nevoi sau dificultăți;

– analiza nevoii respective;

– analiza tuturor informațiilor disponibile;

– formularea tuturor soluțiilor posibile;

– analiza critică a soluțiilor posibile, cu relevarea avantajelor şi dezavantajelor pentru fiecare din ele.

– apariția noii ideii sau alegerea ei;

– experimentarea şi perfecționarea soluției găsite.

5. Modelul lui *Al. Osborn* propune o abordare ce pendulează între analiză şi imaginație:

– orientarea sau relevarea problemei;

– prepararea ce presupune adunarea datelor necesare;

– analiza, în care are loc selecția materialului relevant pentru problema respectivă;

– ideația sau adunarea alternativelor disponibile pentru problema respectivă;

– incubația, etapa de germinare care duce la iluminare;

– sinteza sau corelarea elementelor componente;

– evaluarea ideilor selectate până în acel moment.

Combinarea tehnicilor de dezvoltare a creativității cu analiza conținuturilor a permis formularea unor modele recente, formulate în 1992 de *Parnes*, şi în 1985 de *Isaksen* şi *Trefflinger*, modele ce prezintă şase paşi în rezolvarea de probleme în mod creativ (*CPS – Creativ Problem Solving*). Au fost formulate chiar şi tehnici specifice CPS, care sunt prezentate la seminariile organizate de Fundația Culturală de Educare a Creativității. Etapele prezente în CPS sunt:

– identificarea obiectivelor;

– delimitarea contextului;

Universitatea SPIRU HARET

– delimitarea problemei;
– identificarea ideii creative;
– formularea concretă a soluţiei creative;
– obţinerea acceptării, aprobări;

Etapele 3 şi 4 presupun demersuri creatoare, iar celelalte implică gândirea analitică.

6. Modelul din 1981 al lui *Koberg şi Bagnall* este similar celui precedent:

– acceptarea situaţiei ca o provocare, stimulare;
– analiza pentru a descoperi contextul problemei;
– definirea, în care se stabilesc principalele probleme şi scopuri;
– ideaţia, prin care se generează alternative;
– selecţia alternativelor;
– implementarea, prin care se materializează ideea;
– evaluarea, în care se pot face şi planificări pentru acţiunile următoare.

În acest model se observă accentul pus pe interpretarea situaţiei problematice ca o provocare stimulatoare, lucru demonstrat de studiile asupra unor mari creatori care relatează despre importanţa focalizării şi implicării în actul creator; de remarcat este şi faptul că ultimul pas, în acest model, este cel de continuare a problemei, de planificare a demersurilor viitoare.

7. Modele cu aplicabilitate specifică, în care sunt îmbinate procesele creative cu cele analitice. Un astfel de model este cel al lui *Bandrowski*, din 1985, care prezintă manifestarea strategiilor creative după următoarea ordine:

– analiza, care include planificarea standard şi *insight*-ul;
– creativitatea, în care se face un salt creativ, se stabilesc strategii-conexiuni;
– judecata, care implică construirea conceptuală şi evaluarea critică;
– planificarea, etapă în care are lor planificarea acţiunii, planificarea contextelor creative;
– acţiunea sau implementarea flexibilă însoţită de monitorizarea rezultatelor.

Ceea ce aduce nou acest model este sublinierea rolului abilităţilor creative, precum şi planificarea în mod creativ a contextelor de creaţie.

8. Modelul lui *A. Fritz*, mai analitic, prezintă următoarele etape:

– conceptualizarea;
– vizualizarea;

Universitatea SPIRU HARET

– raportarea la realitatea concretă;
– trecerea la acțiune;
– evaluarea, ajustarea;
– elaborarea, impulsul spre acțiune;
– completarea;
– conviețuirea cu propria creație.

Autorul crede că există o ciclicitate a proceselor creative în natură. Începutul procesului creativ este un act creativ de conceptualizare şi vizualizare, urmat de analiza contextului, a realității, evaluarea, impulsul spre creație şi apoi completarea.

Dincolo de diversitatea modelelor, diversitate care se reflectă în numărul etapelor, a denumirii şi importanței acestora, S. Arieti prezintă următoarele note comune ale acestor abordări:

– procesul creativ implică o analiză orientată spre scop, imaginația şi evaluarea critică, întregul proces al creativității fiind o pendulare între imaginație şi analiză;

– dacă modelele tradiționale consideră că originea ideilor creative se află în inconştient, modelele moderne prezintă implicarea controlului direct al gândirii asupra creativității;

– procesul creator, în ansamblu, presupune o orientare spre acțiune şi implementarea ideilor creatoare, materializarea ideilor.

Interesant este modul în care Arieti prezintă, în mod sintetic, modelele formulate în ultimii 80 ani în literatura de specialitate, sub forma unui model circular: În aceeaşi zi trăim într-un *mediu*, într-un context comun cu cel al altor semeni; gândirea creativă are ca punct de plecare *observarea* cu atenție a ceea ce se va afla în centrul *analizei* gândirii. Aceste procese psihice *creează* un depozit de noțiuni, concepte ce vor fi stocate. Acest depozit este folosit pentru generarea ideilor noi ce vor satisface nevoile specifice, fiind activate asociațiile între concepte, prin analogii, *brainstorming*. Oscilând între *satisfacerea* nevoilor şi critica prematură, *generăm* idei şi le supunem *selecției*, evaluării. Soluțiile creative nu au valoare până nu sunt puse în practică, până nu sunt *implementate*. Astfel, fiecare idee pusă în practică va schimba *mediul*, lumea în care trăim, apoi se reia ciclul de observare şi analiză (S. Arieti, 1976).

În afara modelelor prezentate de Arieti, credem că se impun a fi menționate şi abordările înregistrate în psihologia românească, modele ce aparțin lui T. Vianu, G. Constantinescu, Şt. Odobleja, M. Roco.

Universitatea SPIRU HARET

G. Constantinescu, autorul metodei *eurigramelor*, menţionează 6 etape ale procesului creator:

– etapa pregătitoare, este etapa de acumulare a achiziţiilor culturale ale creatorului;

– metoda elaborării teoretice;

– metoda analizei critice sau analiza prejudecăţilor, credinţelor, convenţiilor asimilate;

– metoda analogiilor, care include o analiză primară, formală, care stabileşte relaţii între domenii, structuri, şi o analiză definiţională, prin care se dau definiţii ce stau la baza diverselor teorii;

– etapa experimentală este demersul de verificare a unei teorii;

– etapa aplicaţiilor multiple, valoarea unei creaţii fiind confirmată prin numărul şi importanţa aplicaţiilor sale.

Pentru Tudor Vianu, procesul creator parcurge 4 etape esenţiale: pregătirea, inspiraţia, invenţia şi execuţia. La rândul său, Şt. Odobleja menţionează fazele ce duc la realizarea unui produs nou: descoperirea întrebării; analiza, sinteza, clasificarea, definirea, divizarea; verificarea; obiectivarea; retorica; critica; scrierea operei. Autorul român interpretează procesul de creaţie ca pe o activitate cognitivă superioară, ale cărei reguli de funcţionare le-a formulat sub forma legilor creaţiei:

– legea compensaţiei, conform căreia se impune o destindere impusă de intensitatea concentrării;

– legea reacţiei vizează efectele negative ale eforturilor exagerate;

– legea alternanţei este impusă de ritmul şi caracterul ciclic al activităţii de creaţie;

– legea antrenamentelor asigură motivarea şi implicarea în activitate susţinută;

– legea reversibilităţii este consecinţa esenţei creaţiei, ca relaţie între idei asemănătoare şi idei care se deosebesc.

M. Roco, pornind de la definiţia dată creativităţii de către D.E. Berlyne, G.T. Land şi C. Kennealy, ca fiind un proces de deschidere la închidere şi de creştere personală, apreciază că la fiecare individ există mai multe cicluri de creştere şi dezvoltare, care implică 4 etape ce au ponderi diferite în creaţie:

– primele două etape – formativă şi normativă – nu sunt favorabile creativităţii, întrucât sunt dominate de scopuri convergente, legate de cristalizarea identităţii eului şi a conformităţii la grup;

– ultimele două etape – integrativă şi transformaţională – sunt stimulative pentru antrenamentul creativ, persoana dobândind unicitate şi dispunând de nevoia de a se exprima în ceva nou.

Universitatea SPIRU HARET

Alte abordări, din literatura de specialitate, ce merită a fi menţionate sunt şi următoarele:

– Max Dessoir, care prezintă etapele: iluminarea difuză însoţită de fenomene emoţionale; conturarea concepţiei; obiectivarea concepţiei într-o schiţă sau proiect; executarea proiectului;

– R. Muller-Freienfels consideră că procesul creativ începe cu inspiraţia, desfăşurată în condiţii emoţionale deosebite, urmată de pregătire, concepţie, execuţie;

– Th. Ribot enumeră etapele: încolţirea ideii; relevarea ideii; iluminarea; modelarea definitivă a construcţiei;

– A. Moles şi R. Claude propun stadialitatea: informarea; incubaţia; iluminarea, verificarea;

– I. Taylor consideră că pentru procesul creativ sunt necesare etapele: pregătirea sau colectarea informaţiilor; incubaţia; iluminarea sau înţelegerea; verificarea;

– I.A. Ponomariov are în vedere de patru faze esenţiale: analiza logică; rezolvarea intuitivă; verbalizarea rezolvării în mod intuitiv; formalizarea rezolvării.

Întrucât etapizarea descrisă de G. Wallas este cea mai cunoscută în literatura de specialitate, şi a stat şi la baza altor clasificări a demersurilor în actul de creaţie, vom descrie, pe larg, mecanismele, procesele psihice din cadrul fiecăreia din cele patru etape. Cercetările au demonstrat că aceste faze sunt specifice oricărui proces creator, indiferent de domeniu, ştiinţă, tehnică sau artă, diferite fiind ponderile şi conţinuturile fiecărei etape.

4.1. **Prepararea (pregătirea)**

Aşa cum arăta şi I. Taylor, această primă etapă este una de acumulare, de adunare a materialelor necesare proceselor ulterioare, dar nu este o etapă strict delimitată doar la faza incipientă, ci presupune raportarea la informaţiile asimilate în toată istoria sa culturală. Este, aşadar, o etapă intensă şi de lungă durată.

Prepararea este dominată de instruire, întrucât pentru actul de creaţie se impun pregătiri de trei tipuri, cu grade de generalitate diferite, descrescătoare:

1. cultura generală, o experienţă deosebită de viaţă; Shakespeare a făcut multe studii colaterale, în ştiinţele naturii, de exemplu, iar Flaubert, în istorie;

Universitatea SPIRU HARET

2. pregătirea generală sau pregătirea de specialitate pentru domeniul respectiv (medicină, biologie, matematică);

3. pregătirea specifică pentru o anumită problemă specifică pe care creatorul îşi propune să o rezolve; sunt adunate toate informaţiile referitoare la problema respectivă, creatorul întreabă, discută, citeşte, întreabă. T.S. Kuhn, arăta, în acest sens, că doar cercetările ferm ancorate în ştiinţa contemporană sunt în măsură să spargă tradiţia şi să dea naştere ideilor noi.

În afara cunoştinţelor, generale sau specifice, creativitatea presupune deţinerea unor deprinderi intelectuale sau motrice, utile în muzică, tehnică, arte plastice.

Importanţa experienţelor îndelungate pentru activitatea creatoare a scriitorului este subliniată de M. Bejat prin exemplele date din istoria culturii: Liviu Rebreanu spune în *Mărturisiri* că în romanul *Ion* a descris scene inspirate din amintirile copilăriei sale; Michelangelo, Leonardo da Vinci, Newton, Darwin, Pavlov deţineau un extins depozit de cunoştinţe; Shakespeare avea cunoştinţe de botanică, zoologie, psihopatologie; Dostoievski credea că „scriitorul trebuie să cunoască şi cele mai mici amănunte ale realităţii.” (M. Bejat, 1971).

Condiţiile ambientale sunt importante pentru o desfăşurare adecvată a procesului creator, mai ales pentru etapa de preparare, aceasta însemnând un climat securizant, stimulativ, al cărui conţinut sau tip poate fi diferit de la un creator la altul. Astfel, Schiller agrea mirosul de mere, Ibsen vroia să vadă bibelouri, Kipling scria doar cu cerneală neagră.

Procesul creator nu poate fi derulat în afara cunoştinţelor şi fără stăpânirea perfectă a deprinderilor necesare îndeplinirii unor activităţi specifice domeniului. În acest fel, creatorul se poate concentra pe momentele esenţiale ale procesului creator, poate controla execuţiile în diverse activităţi specifice. Astfel, o balerină poate fi expresivă pentru opera respectivă, pentru conţinutul şi sentimentele operei, poate transmite trăirile spectatorilor doar după ce stăpâneşte arta coregrafică. De asemenea, sculptorul, trebuie să folosească dalta cu precizie pentru a reda în marmură imaginea pe care a proiectat-o. Activitatea creativă solicită şi deprinderi de muncă susţinută şi regulată, precum şi deprinderi de gândire şi exprimare, manifestate prin stilul artiştilor, descris ca modalitatea specifică a creatorului de a folosi materialele domeniului lor (cuvântul, culoarea, marmura, sunetele), dar şi de a gândi. Acest stil se dobândeşte prin experienţă îndelungată şi complexă, un talent puternic, deosebit, fiind

Universitatea SPIRU HARET

cel care dispune de deprinderi de gândire şi exprimare bogate, flexibile, care pot fi accesate cu promptitudine, cu posibilităţi de asociere şi disociere.

În artă, pregătirea operei poate avea ca punct de plecare trăirile reale sau imaginare, proprii sau ale altora, din experienţa proprie sau a altora. Principalele surse de care se poate folosi creatorul pentru a aduna datele necesare descrierii personajele şi evenimentelor sunt: experienţa de viaţă a artistului; operele create anterior; pregătirea pentru o temă aleasă dinainte de autor (N. Pârvu, 1967).

Experienţa proprie a fost folosită de artişti, cum sunt Rousseau, Goethe, Stendhal, Tolstoi, Dickens, Dostoievski, Creangă, au inclus în opera lor portretele unor copii din copilăria sau tinereţea lor. Dar arta nu este o redare fidelă a experienţelor trăite în copilărie sau adolescenţă, ci presupune o transformare după anumite principii filosofice, artistice, după anumite tendinţe personale ale creatorului. Această modificare poate fi mai accentuată sau mai redusă, cum este cazul operelor lui Tolstoi, Gorki, Dostoievski, Creangă. G. Flaubert spunea în acest sens: „M-am ferit întotdeauna de a pune ceva din mine în operele mele şi totuşi am pus mult”.

Operele anterioare ale creatorului pot constitui materiale folosite în munca de pregătire din care autorul să folosească idei, motive dezvoltate dintr-o nouă perspectivă, sau idei născute în urmă care nu au fost dezvoltate. În plus, cu ocazia operelor precedente, autorul a avut posibilitatea să-şi perfecţioneze calităţile, imaginaţia, gândirea, aptitudinile tehnice, abilităţile legate de materialului în care se exprimă creatorul (sunet, cuvânt, marmură, culoare). Iată cum, sub aspectul conţinutului, al tehnicii expresive, formale, lucrările precedente pregătesc terenul pentru cele viitoare, formând o continuitate tematică şi stilistică. N. Pârvu crede că valoarea şi semnificaţia unei opere pot fi stabilite prin cunoaşterea concepţiilor artistice ale creatorului, nivelul artistic, caracteristicile de expresie ale acestuia (N. Pârvu, 1967).

Pregătirea specifică începe după ce se stabileşte tema, dar este utilă doar când este însoţită şi de o cultură generală vastă, de cunoaşterea domeniului general pentru care creează. De exemplu, E. Zola a studiat viaţa minerilor pentru a scrie *Germinal*, iar Camil Petrescu a studiat documentele revoluţiei de la 1848 pentru a scrie *Un om între oameni.*

4.2. **Incubaţia**

O etapă mai puţin observabilă din exterior, ce urmează după preparare, când soluţia nu a apărut încă apare un moment de saturaţie.

Universitatea SPIRU HARET

A. Munteanu crede că este o fază de aşteptare, în care creatorul, deşi este racordat încă la problemă, îşi schimbă terenul de confruntare din zona conştientului într-o zonă mai periferică, mai obscură a psihicului (A. Munteanu, 1994).

În această fază, este pregătită iluminarea sau clipa de inspirație, fază în care este finalizată sinteza datelor adunate în perioada de pregătire.

În privința nivelului de organizare funcțională a sistemului psihic uman, la care se derulează etapa de incubație există divergențe de opinii în literatura de specialitate, pe care le prezentăm în tabelul nr. 3

Tabel nr. 3

Autori	Nivelul la care este plasată incubația
R. Woodworth	Incubația, prin intermediul uitării, elimină pistele greşite alese în perioada preparării.
C. Rogers	Incubația impune o orientare spre experiența interioară.
J. P. Guilford	Incubația este mai degrabă o condiție a creației, decât o etapă a ei.
S. Freud, O. Rank, C. G. Jung, A. Adler, K. Horney, M. Klein	Incubația are o structură inconştientă.
L. S. Kubie, A. Koestler, E. Kris, L. T. Thurstone, A. D. Moore	Incubația are o structură preconş-tientă.
A. Munteanu	Se poate vorbi de intervenția unor factori abisali în procesul creator.

Unii autori, care cred că în timpul incubației are loc o elaborare inconştientă, se bazează pe exemplele în care rezolvarea unor probleme a apărut brusc. Este dat exemplul lui H. Poincaré care a identificat soluția unei probleme de matematică, pe când se urca în autobuz pentru o excursie geologică, fără ca el să se gândească la problema respectivă. Dar Al. Roşca explică asemenea apariții ale soluțiilor creatoare prin fenomenul de perseverație, care desemnează ansamblul proceselor asociative care au fost începute când s-a încercat rezolvarea problemei şi care continuă într-o anumită măsură, chiar când atenția este orientată în altă direcție (Al. Roşca, 1972). În acelaşi

sens, R.S. Woodworth şi E.R. Hilgard, cred că apariţia bruscă a soluţiei nu este în mod obligatoriu consecinţa implicării nivelului inconştient, ci explicaţia poate fi dată prin faptul că repausul după o concentrare intensă îi permite creatorului o perspectivă nouă asupra problemei şi asupra alternativelor respinse până în acel moment. Aşadar, chiar dacă creatorul se opreşte asupra altei activităţi, nu înseamnă că problema cercetată este complet exclusă din conştiinţă.

M. Bejat descrie incubaţia ca fiind un proces de natură inconştientă, care poate fi încadrată într-o activitate conştientă de investigare, comparare, ordonare şi verificare, şi este utilă atunci când preocupările conştiente pot fi transferate la nivel inconştient, sub o formă difuză. Fiind urmată de o perioadă de odihnă, preocuparea pentru o anumită problemă determină polarizarea unor focare de excitaţie mai redusă, care pot avea legătură cu aceasta (M. Bejat, 1971). Ideea poate apărea brusc, atunci când activitatea este reluată după acest repaus, care poate însemna procese de lucru, de pregătire a drumului spre iluminare. Momentul de inspiraţie poate apărea după o perioadă de timp, când tema nu se află în câmpul conştiinţei, creatorul nu este preocupat de ea în mod explicit, direct. Pot fi aduse multiple asemenea exemple din istoria culturii:

James Watt a găsit ideea utilizării forţei de expansiune a vaporilor comprimaţi în timpul unei plimbări;

D.I. Mendeleev, după o perioadă intensă de lucru de trei zile şi nopţi, obosit, adoarme şi în somn găseşte soluţia sistemului elementelor, se trezeşte şi notează dispunerea lor;

4.3. **Iluminarea (inspiraţia)**

Iluminarea este descrisă ca o apariţie bruscă a soluţiei la problema ce se află în centrul preocupărilor creatorului şi este o etapă ce antrenează întreaga personalitate a individului, fiind o pendulare între planul afectiv şi cel cognitiv (A. Munteanu, 1994).

Inspiraţia este etapa în care procesul creator ajunge la punctul culminant, în care materialul se organizează, se conturează, unii autori vorbind chiar de o asemănare cu intuiţia sau cunoaşterea nemijlocită non-discursivă.

Importanţa fenomenului iluminării este subliniată de Gr. Nicola: „...rolul pe care-l are iluminarea (descoperirea prin revelaţie, sau *insight*-ului) în înţelegerea vieţii sufleteşti nu este unul deosebit prin

Universitatea SPIRU HARET

putere şi frecvenţă, în comparaţie cu alte domenii ale cunoaşterii; distincţia rezidă însă în efectul miraculos-transformator pe care-l are gândirea psihologică asupra obiectului, a faptului psihic, atunci când este vorba de introspecţie" (Gr. Nicola, 2001).

În mărturisirile lor, mulţi inventatori spuneau că, în momentul când ajungeau la soluţia creatoare, erau surprinşi de simplitatea ei sau de faptul că nu fusese identificată datorită unor premise greşite de la care se plecase în rezolvare şi iată cum putem vorbi de rolul jucat de incubaţie care face ca pistele greşite să dispară şi îi permite gândirii creatoare să caute altele.

Importanţa pe care o are întâmplarea este subliniată de J. Picard, care, studiind invenţiile în diverse ştiinţe, a observat diverse exemple de întâmplări exterioare şi asociaţii favorabile de idei, ce au concurat, în opinia autorului, la găsirea soluţiei creatoare:

– Daguerre a descoperit rolul vaporilor de mercur în developarea imaginii fotografice din întâmplare, atunci când a pus nişte plăci fotografice într-un dulap în care se aflǎ şi o capsulă de mercur;

– Orested a descoperit influenţa curentului electric asupra acului magnetic, pentru că pe vapor un ac magnetic se afla în apropierea unei pile electrice, care l-a făcut să oscileze;

– În 1910, H. Coandă a descoperit efectul care-i poartă numele, în timp ce încerca avionul cu reacţie şi a observat că placa deflectoare, care proteja corpul de lemn al avionului de flăcările scoase de motor, părea să absoarbă aceste flăcări, îndreptându-le spre fuselaj;

– Pasteur a avut ideea că viermii aduc sporii de dalac de la cadavrele îngropate, când a văzut cum, pe un câmp pe care erau îngropaţi berbecii bolnavi de dalac, râmele scoteau la suprafaţă humusul;

– Fleming a mărturisit că întâmplarea a jucat un rol important în descoperirea penicilinei, dar adaugă faptul că întâmplarea nu trebuie aşteptată pasiv, ci provocată: „Întâmplarea nu ajută decât o minte pregătită, căci o minte nepregătită nu vede mâna pe care i-o întinde întâmplarea."

De asemenea, R. K. Merton vorbeşte de fenomenul serendipităţii, pe care-l descrie ca fiind fenomenul de apariţie a soluţiei creatoare în mod întâmplător, într-un moment în care ea nu era în centrul atenţiei creatorului.

În realitate, nu putem spune că întâmplarea este cea care oferă descoperirea, ci doar ocazia, descoperirea fiind, în fond opera creatorului. De aceea, cercetătorul trebuie să-şi dezvolte abilitatea de a observa şi alte lucruri decât cele pe care le caută în mod explicit:

– Columb, căutând un drum mai scurt spre Indii, a descoperit America;

– Roentgen a descoperit razele X care iluminau un ecran cu platinocianură de bariu uitat într-un colț al laboratorului, în timp ce studia razele catodice;

– încercând să izoleze manganul, Scheele descoperă clorul;

– soții Curie, cercetând sărurile de uraniu, descoperă radiul.

Întâmplarea nu are importanța pe care i-o acordă Picard, întrucât o descoperire implică o preocupare în acest sens, să existe o stare de pregătire, un set aperceptiv, care să nu implice, însă, o rigiditate. În general, oamenii înalt creativi sunt deschişi către nou, flexibili, gândirea şi memoria lor dispunând de flexibilitate permit combinarea şi recombinarea rapidă a elementelor structurale. În plus, prin experiența dobândită, prin deschiderea, receptivitatea față de o anumită categorie de probleme cercetătorul creează premisele pentru marile descoperiri.

Iluminarea este, de fapt, rezultatul eforturilor anterioare din celelalte etape, dar şi începutul muncii de execuție, este o etapă în care procesele cognitive sunt însoțite de tensiune psihică, fiind un moment de trecere în derularea stărilor sufleteşti ale creatorului.

Definind iluminarea ca „o stare mai lungă sau mai scurtă de tensiune interioară puternică în desfăşurarea proceselor sufleteşti, în cursul căreia se desemnează liniile generale sau fragmente ale viitoarei opere”, N. Pârvu aminteşte care sunt caracteristicile principale ale acestei etape: spontaneitatea, necesitatea, vibrația afectivă (N. Pârvu, 1967). Spontaneitatea actului de iluminare este percepută ca atare de creator şi este consecința trecerii rapide de la un nivel inconştient la nivelul conştiinței, într-o formă organizată. Momentul inspirației mai este însoțit şi de o efuziune afectivă, în care creatorul are sentimente de agitație, fericire sau durere, în alternanță, variațiile fiind diferite de la un individ la altul.

Acelaşi autor arată că, deşi datele sunt combinate pe plan inconştient, în timpul inspirației, acestea aparțin lumii reale, pe care o reflectă. Ulterior, soluțiile creatoare, rezultatele inspirației sunt transpuse în concepte, noțiuni raționale, teorii, principii, formulate într-un limbaj inteligibil şi comunicabil.

Interesante sunt cercetările din psihologia artei realizate în 1956 de către W.D. Hitt şi J.R. Stock, care şi-au propus să cerceteze procesul creator printr-o analiză factorială. Astfel, au constatat că intuiția sau iluminarea are relevanță pentru creativitate în măsura în care este întemeiată şi logic, şi astfel se poate spune că există o relație pozitivă

Universitatea SPIRU HARET

între caracterul original şi logica operei. Această idee a fost susținută de autori cum sunt Zola, Flaubert, şi descrisă de Delacroix astfel: „Arta este o direcție de intenții care cer o expresie adecvată”, o „construcție de forme docile şi expresive”, şi „fără formă nu există gândire şi nici operă de artă”.

Inspirația poate oferi mai multe soluții, iar selectarea acestora este un act rațional, care, în literatură, de exemplu, presupune precizarea intrigii, trasarea evoluției personajelor, motivarea acțiunilor acestora, delimitarea contextului acțiunii, fiind acte de construcție artistică, de dezvoltare inventivă, aşa cum preciza N. Pârvu. Prin această dezvoltare inventivă se poate face trecerea de la unitate la detalii, sau, invers, de la detalii la unitate. În momentul inspirației se alcătuieşte schema generală a viitoarei opere, iar ulterior, în cadrul invenției, sunt completate detaliile, se dă o formă unitară elementelor componente. Dezvoltarea inventivă se poate desfăşura în mod spontan sau reflexiv. Dezvoltarea inventivă de tip spontan este un procedeu folosit de dramaturgi şi prozatori, cum sunt Mozart, Tolstoi, Shakespeare, şi presupune construirea operei prin mai multe momente inspirative, care vor fi ulterior selectate. Celălalt tip de dezvoltare discursivă, cea reflexivă, implică o dezvoltare bazată pe raționamente a schemei stabilite în perioada de inspirație, aşa cum procedau E. Zola şi E. Poë, care credea că întregul proces creator în artă are un caracter rațional şi conştient (N Pârvu, 1967).

Complexitatea procesului creator face ca, în unele cazuri, datorită acestor dezvoltări reflexive sau spontane, schemelor inițiale, din perioada de iluminare li se aduc transformări majore, chiar radicale față de forma inițială, unele elemente, piste, fiind eliminate pentru că nu se integrează în tema generală a creației. În istoria culturii avem câteva exemple în acest sens:

R. Wagner a scris câteva scene inițial pentru *Moartea lui Siegfried*, dar care nu se potriveau, şi atunci le-a inclus în actul I din opera *Amurgul zeilor*, iar primele scene elaborate inițial pentru opera *Tristan,* au fost trecute la opera *Parsifal*;

Poezia *Sara pe deal* a lui M. Eminescu a fost publicată la 1 iulie 1885, dar inițial a făcut parte dintr-un poem de peste 30 strofe, şi anume *Eco*, scris în 1872. la acelaşi autor, poezia *Egipetul* este un fragment de 15 strofe din *Memento mori* sau *Panorama deşertăciunilor*, ce are 223 strofe şi a fost scris în 1872. de asemenea, la cinci din poemele scrise în 1882 apar strofe din *Luceafărul*: în *Dacă iubeşti fără să speri* finalul cuprinde 5 strofe din *Luceafărul*, poeziile *Să fie sara-n asfințit* şi *Un*

Universitatea SPIRU HARET

farmec trist şi ne-nțeles sunt 3 şi respectiv 2 strofe din acelaşi poem, iar *Şi oare tot n-ai înțeles*, în cele două variante conțin două strofe a căror formă definitiva va apărea tot în *Luceafărul*.

Această etapă de intensă trăire afectivă şi creatoare se intersectează parțial cu momentul execuției operei, întrucât mulți din artişti îşi dezvoltă ideile executându-le, scriitorul îşi trasează liniile viitoarei opere la masa de scris, pictorul schițând pe planşă.

4.4. **Verificarea**

Etapa de verificare sau execuție este etapa prin care este desăvârşit procesul creator, este obiectivată, materializată ideea creatoare într-un fapt explicit, perceptibil, care poate fi un tablou, o poezie, un mecanism, o teorie ştiințifică. Materialul obținut în etapa anterioară, cea de inspirație, este ajustat, soluțiile creatoare sunt verificate, revizuite în caz că este nevoie, această etapă putând fi, uneori, extinsă, cum este cazul lui Newton şi Darwin care au lucrat şi elaborat teoriile sale, pe durate de ani de zile. În tehnică, creatorul verifică, în această etapă, dacă proiectul său poate fi aplicat în practică.

Nu în toate domeniile putem vorbi de o verificare propriu-zisă a ideii creatoare, ci în artă, de exemplu, în această ultimă etapă opera suferă un proces dialectic de acceptare şi respingere, prin transformarea acesteia într-o formă obiectivă, accesibilă consumatorilor de cultură. Drumul operei către public poate fi îngreunat de efectul *Zeigarnic*, de care vorbeşte J.S. Bruner, şi care desemnează tendința creatorului spre perfecțiune, şi astfel el recurge la revizuiri succesive ale operei. Aşa de pildă, M. Eminescu a scris 14 versiuni ale Luceafărului, L.M. Tolstoi elabora câte 7-8 variante ale operelor sale principale. Deşi autorul este cel care hotărăşte când opera va fi prezentată publicului, nivelul autenticității şi valoarea produsului creator sunt stabilite de public, de societate (A. Munteanu, 1994).

Verificarea presupune o confruntare permanentă între modelul mental şi rezultatele încercărilor de a pune în practică acest model, verificare ce permite o retuşare şi îmbunătățire a ambelor imagini, cea mentală stimulând-o pe cea reală.

Prin opera sa, creatorul se exprimă pe sine, într-o formă accesibilă publicului destinatar, iar în acest sens opera trebuie să aibă unitate, elementele componente să aibă o unitate organică (N. Pârvu, 1967). Verificarea operei se face în raport de următoarele repere:

Universitatea SPIRU HARET

– tematica generală a operei;
– concepţia despre lume şi viaţă a artistului;
– principiile artistice ale creatorului.

Etapei de execuţie îi este specific un proces de gândire imaginativă, ale cărei produse sunt analizate critic, scriitorul având ca mijloc de exprimare cuvântul, muzicianul sunetele, pictorul culorile. Aceste mijloace sunt folosite astfel: cuvintele sunt aranjate în coordonate expresive logico-afective; sunetele sunt ordonate în fraze muzicale care să redea sentimentele, emoţiile operei; combinarea culorilor trebuie să caracterizeze un personaj, un peisaj, un conflict, o armonie, o tendinţă umană (N. Pârvu, 1967).

De la o artă la alta există diferenţe în tehnica de exprimare a conţinutului, de direcţionare a mesajului către spectatori, pe fiecare temă componentă, precum şi pe tema generală:

– literatura are ca mijloace de exprimare a durerii poziţia socială a personajelor, conflictul, soluţionarea conflictului;

– muzica poate exprima aceeaşi stare sufletească prin sunete joase sau înalte, într-o succesiune rapidă sau înaltă, în minor sau major, în stridenţe sau printr-o scădere treptată;

– în pictură emoţiile sunt transmise prin culori, prin privirea personajelor din portrete, mişcarea generală a corpului.

Etapa execuţiei este considerată de N. Pârvu chiar un act creator în sine, care are o desfăşurare pe etape, poate avea mai multe variante, în funcţie de tipul artistului creator, lucru remarcat mai ales în artă: artiştii intuitivi folosesc mai mult inspiraţia şi ca atare, trec printr-un număr mai mic de variante; artiştii reflexivi trec printr-un număr mai mare de variante. Poate că în această etapă este mai mult ca în celelalte implicată originalitatea şi stilul artistului. Execuţia operei presupune, de asemenea dezvoltarea unor abilităţi ale creatorului, prin care acesta să descopere calea cea mai bună de a transmite mesajul operei, şi anume:

– capacitatea de a doza elementele componente ale acţiunii operei, ale schiţării trăsăturilor personajelor, precum şi a evoluţiei acestora;

– stăpânirea contrastelor pentru a sugera tensiunea stării interioare, distribuţia puterii şi a fineţii în raport de evoluţia conţinutului;

– găsirea unor modalităţi proprii, originale de a reda aspecte comune.

În faza de execuţie se pot interpune elemente ce ţin de celelalte etape ale procesului creator: inspiraţia poate interfera cu execuţia, soluţiile din etapa iluminării pot fi revizuite şi schimbate, pot fi adăugate altele noi în funcţie de evoluţia operei.

Universitatea SPIRU HARET

Execuția produsului creator este diferită în funcție de domeniul în care se creează; în artă distanța între construcțiile imaginației şi realitatea înconjurătoare poate fi destul de mare; în ştiință, între produs şi realitate trebuie să existe un raport logic exact, de reflectare corectă.

4.5. **Proces şi produs creator**

Procesul creator

Procesul creator cuprinde dinamica psihologică de la acumularea informațiilor necesare, generarea ipotezei de lucru, a soluției creatoare, până la realizarea produsului creativ. În procesul creator sunt implicate procese cognitive, afective, motivaționale, factori de personalitate, aşadar putem spune că este antrenată întreaga personalitate a creatorului. În unele cazuri, cercetările au demonstrat că este greu de descris activitatea psihică a creatorului, mai ales atunci când, procesul creator este foarte extins, pe durate de ani de zile.

După cum arăta şi Al. Roşca, procesul creator nu este o manifestare spontană şi inconştientă, ci presupune muncă de pregătire, verificare a soluțiilor obținute, care uneori pot avea durate destul de lungi. Astfel, D. M. Kedrov a stabilit următoarele perioade în încercările de descoperire a legii sistemului periodic al elementelor chimice:

– faza de pregătire a durat 15 ani;

– descoperirea a avut loc pe 18 februarie 1869.

– faza de prelucrare a durat aproximativ 3 ani;

– verificarea s-a derulat aproape în 30 ani, până la moartea creatorului.

Problema descoperirii ştiințifice este abordată de Kedrov din două perspective – una din ele se referă la relația creației ştiințifice cu istoria ştiinței, iar cealaltă la relația creației ştiințifice cu logica ştiinței.

Aspecte diferențiatoare pot apărea în activitatea creatoare în funcție de următoarele aspecte:

– specificul activității în cadrul căreia se creează;

– mijloacele şi materialele folosite în diferite domenii de activitate;

– deosebirile tipologice dintre creatori;

– tipologia creației, întrucât pot apărea diferențe datorate condițiilor de formație profesională, şcolii, curentelor, modei.

Caracteristicile activității creatoare influențează întregul proces creator, dar mai ales faza de execuție, întrucât materialul, mijloacele de exprimare, contextele sunt diferite de la un domeniu de activitate la altul.

Universitatea SPIRU HARET

Produsul creat

Aşa cum am arătat, criteriile esenţiale de evaluare a creativităţii sunt originalitatea şi utilitatea socială a produsului obţinut în urma derulării procesului creator. Acest proces poate avea niveluri diferite de originalitate şi valoare socială, iar în funcţie de domeniul de activitate poate lua diferite forme. De asemenea, după natura lor, putem înscrie produsele creative pe un continuum, de la cele tangibile, cum este o sculptură, pictură, un mecanism, un aparat, până la cele exprimate prin conduitele persoanei creatoare, cum este cazul unui actor, al dirijorului, al balerinei (Al. Roşca, 1981).

Evaluarea produselor creative, a contribuţiilor diferiţilor creatori s-a făcut prin raportare la o multitudine de criterii, printre care amintim:

– numărul publicaţiilor unui autor, numărul citatelor în lucrările de specialitate;

– evaluările făcute de experţi, mai ales când este vorba de acordarea unor distincţii în cadrul unor concursuri;

– numărul brevetelor obţinute, valoarea tehnologică sau economică a unor invenţii, când este vorba de lucrări tehnico-aplicative;

– evaluarea din partea colegilor şi a superiorilor;

De multe ori evaluarea unui produs al creaţiei nu este favorabilă imediat după ce este creat, ci este necesară trecerea unei perioade de timp, intervenind în acest sens condiţiile social-istorice. E. Lovinescu spunea, în acest sens, cum din cele 170 volume ale abatelui Prévost cel mai cunoscut este *Manon Lescaut*, şi cum timpul este cel care anulează, reduce sau evidenţiază valorile estetice. În acelaşi sens, W. Lange-Eichbaum vorbeşte de influenţa spiritului timpului asupra aprecierii unor oameni de geniu şi aduce câteva dovezi pentru a-şi susţine ideea:

– pictorul Mathias Grünewald a fost umbrit de Dürer, apoi a fost uitat pentru o perioadă mare de timp, iar la începutul secolului al XX-lea a fost considerat mai bun decât Dürer, aceasta fiindcă era un artist de expresie şi începutul secolului al XX-lea marca începutul curentului expresionist în Germania;

– evaluarea lui Schiller în secolul al XIX-lea se schimba foarte des în funcţie de orientările politice din vremea respectivă;

– Cristofor Columb, deşi a avut performanţe nautice de nivel mediu, ca şi cele intelectuale, descoperirea sa a avut consecinţe impresionante, deşi a ajuns în America plecând de la ipoteze eronate.

Chiar V. Pavelcu, arăta că mijlocul de validare a unei creaţii este aprecierea socială.

Universitatea SPIRU HARET

C.R. Rogers se referă la aspectele axiologice ale produsului creativ, arătând că de multe ori valoarea socială a acestui produs este fluctuantă şi este greu de făcut diferența dintre bine şi rău. De exemplu, descoperirile lui Galilei şi Copernic erau considerate la vremea lor blasfemii. Dar concepția lui Rogers este contrazisă de Al. Roşca prin următoarele argumente: când vorbim de creativitate se pune problema deservirii omului şi a progresului social; descoperirile lui Galilei şi Copernic erau considerate periculoase de către forțele reacționare şi factor de dezvoltare pentru forțele progresiste (Al. Roşca, 1981).

Rezumat

Procesul creator este un proces de mare complexitate, care antrenează un ansamblu de mecanisme psihologice ale creatorului.

Pregătirea (prepararea) este o etapă intensă, de lungă durată, ce impune pregătirea în trei direcții majore: cultura generală, pregătirea generală pe un anumit domeniu şi pregătirea specifică pentru o anumită temă, problemă.

Incubația este etapa mai puțin observabilă din exterior şi care se petrece, predominant. în zona inconştientului.

Iluminarea sau inspirația este etapa în care procesul creator atinge punctul culminant, în care are loc organizarea materialului acumulat.

Verificarea sau execuția este faza de materializare, de obiectivizare a ideii creatoare.

Concepte-cheie

– *prepararea* este o etapă de acumulare, de adunare a materialelor necesare proceselor ulterioare, dar nu este o etapă strict delimitată doar la faza incipientă, ci presupune raportarea la informațiile asimilate în toată istoria sa culturală;

– *incubația* este o fază de aşteptare, în care creatorul, deşi este racordat încă la problemă, se schimbă terenul de confruntare din zona conştientului într-o zonă mai periferică, mai obscură a psihicului;

– *iluminarea* este descrisă ca o apariție bruscă a soluției la problema ce se află în centrul preocupărilor creatorului şi este o etapă ce antrenează întreaga personalitate a individului, fiind o pendulare între planul afectiv şi cel cognitiv;

– *verificarea* este etapa prin care este desăvârşit procesul creator, este obiectivată, materializată ideea creatoare într-un fapt explicit,

Universitatea SPIRU HARET

perceptibil, care poate fi un tablou, o poezie, un mecanism, o teorie ştiinţifică.

Extensii

Eurigrama este constituită dintr-o succesiune de secvenţe creative, care fac parte dintr-un proces creativ. Într-o eurigramă se îmbină elemente de creativitate şi de creaţie şi prin intermediul ei putem reprezenta grafic principalele etape ale unei descoperiri sau invenţii.

Aşa cum raţionamentul matematic poate fi vizualizat prin exprimare grafică, permiţând depistarea erorilor, aşa şi procesul creativ poate fi vizualizat permiţând o analiză riguroasă.

Prin intermediul eurigramelor putem urmări desfăşurarea tempo-ro-spaţială a structurilor euristice şi transformarea acestora în fenomene de creativitate şi creaţie. În fond, putem afla, prin intermediul acestei metode, cum se exteriorizează fenomenele de creativitate în evenimente de creaţie, de natură materială sau spirituală. Apoi, urmează traseul invers, de la exterior spre interior, prin care putem identifica mecanismele psihice ale creativităţii, funcţionalitatea euremelor, utilizând şi diverse modele explicative ale creativităţii (I. Moraru, 1995).

Întrebări

1. Care sunt principalele componente ale perioadei de preparare?
2. Care este rolul experienţei proprii pentru etapa de pregătire?
3. Care sunt procesele ce au loc în timpul incubaţiei?
4. Ce este serendipitatea de care vorbeşte R. K. Merton?
5. Care sunt criteriile de evaluare a produselor creative?

Bibliografie selectivă

1. Arieti, S., *Creativity. The Magical Synthesis*, New York, Basic Books, 1976.

2. Bejat, M., *Talent, inteligenţă, creativitate*, Editura Ştiinţifică, Bucureşti, 1971.

3. Moldoveanu, M., *Mentalitatea creativă – perspectivă psihosociologică*, Editura Coresi, Bucureşti, 2002.

4. Moraru, I., *Ştiinţa şi filosofia creaţiei*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1995.

Universitatea SPIRU HARET

5. Munteanu, A., *Incursiuni în creatologie*, Editura Augusta, Timişoara, 1994.
6. Nicola, Gr., *Istoria psihologiei*, Editura Fundației România de Mâine, Bucureşti, 2006.
7. Pârvu, N., *Studii de psihologia artei*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1967.
8. Roşca, Al., *Creativitatea*, Editura Enciclopedică, Bucureşti, 1972.
9. Roşca, Al., *Creativitatea generală şi specifică*, Editura Academiei, Bucureşti, 1981.
10. Torrance, E. P., *The nature of Creativity as Manifest on its Testing*, în J.R. Sternberg (coord), The Nature of Creativity, Cambridge, England, 1988.
11. Wallas, G., *The Art of Thought* în *Creativity*, coord. P.E. Vernon, Penguin Books, Harmond Sworth, Middle Sex, England, 1970.

Universitatea SPIRU HARET

5. **FORMELE CREATIVITĂȚII**

În general, în literatura de specialitate formele creativității sunt stabilite pornind de la două criterii principale: aspectul creator, criteriu după care distingem creativitatea individuală de cea de grup, şi domeniul în care se manifestă creativitatea, criteriu care diferențiază creativitatea artistică de cea tehnică şi cea ştiințifică. Sunt şi autori care susțin că formele creativității pot fi distinse şi în corespondență cu ocupațiile existente, şi anume creativitatea literară, artistică, plastică, muzicală, dar credem că primele criterii sunt mai potrivite pentru o clasificare a formelor creativității.

5.1. **Creativitatea individuală şi de grup**

Cele două forme ale creativității, cea individuală şi cea colectivă, sau de grup, nu pot fi considerate ca fiind total separate, întrucât fiecare colectiv este alcătuit dintr-un anumit număr de membri, şi în fiecare demers creativ al grupului este implicat potențialul creativ al fiecărui individ din grup. A. Munteanu evidențiază factorii care sunt comuni celor două forme ale creativității:

– două coordonate majore – aptitudini şi atitudini;

– trei segmente: orientativ-motivațional, operațional-cognitiv, volițional-reglatoriu.

Adeptă a unei abordări sistemice, M. Roco stabileşte trei planuri la care se poate structura creativitatea de grup, şi anume:

1. *planul individual* care cuprinde totalitatea aptitudinilor, atitudinilor şi a pregătirii profesionale la nivelul fiecărui membru al grupului;

2. *planul interacțional* care include două componente: cea profesională (relațiile stabilite între membrii grupului în scopuri profesionale, de realizarea a sarcinilor profesionale) şi cea interpersonală (ansamblul conduitelor membrilor în cadrul grupului);

Universitatea SPIRU HARET

3. *planul organizațional* desemnează mărimea, structura, funcțiile grupului, sistemul de evaluare şi personalitatea liderului (A. Munteanu, 1994).

Cercetările efectuate în literatura de specialitate au relevat existența anumitor factori care influențează creativitatea la nivelul grupurilor, factori care sunt legați de aspecte cum sunt structura, compoziția, organizarea grupului, factori pe care îi vom prezenta în continuare (A. Munteanu, 1994) :

A. **Natura şi tipul sarcinii**

Pentru că tipul sarcinii influențează randamentul, performanța grupului, R.B. Zajonc a identificat condițiile, caracteristicile de care trebuie să dispună o sarcină pentru a putea fi abordată de grup:

– formularea precisă şi corectă;

– sarcina să permită delimitarea părților componente;

– posibilitatea de a determina contribuția fiecărui membru al grupului, precum şi a grupului în ansamblu;

– asigurarea unor unități de măsură comparabile pentru evaluarea producțiilor individuale şi de grup;

– existența posibilității de a controla şi varia parametrii sarcinii;

– stabilirea unor corelații între performanțele individuale şi cele colective

Funcționalitatea grupului în ansamblu este influențată de performanțele sau eşecurile în rezolvarea sarcinilor de către fiecare membru al grupului. Dar M. Roco face distincția între nivelul performanței, la care s-a constatat superioritatea individului față de grup şi randament, caz în care grupul este superior individului dacă asigură valorificarea maximă a potențialului fiecărui membru, randamentul în colectiv poate fi planificat, dirijat.

Structura grupului suferă modificări atunci când au loc treceri de la o sarcină la alta, de exemplu când se trece de la o sarcină de dezbatere la una creativă.

B. **Structura sau compoziția grupului**

Raportul omogenitate – eterogenitate în privința anumitor caracteristici ale grupului este un subiect controversat în literatura de specialitate, din punctul de vedere al influenței acestui raport asupra performanțelor creative. S-a constatat, totuşi, că eterogenitatea este stimulativă pentru creativitatea de grup, atunci când este prezentă la nivelul trăsăturilor de personalitate, atitudini şi stiluri cognitive, pregătire şi experiență profesională, întrucât pot fi identificate mai

Universitatea SPIRU HARET

multe soluții, dintre care poate fi aleasă cea mai potrivită. Dar, uneori, eterogenitatea poate duce la dificultăți în comunicare, sau la situații conflictuale De asemenea, numeroase cercetări sprijină ideea conform căreia omogenitatea poate avea efecte pozitive când este prezentă la nivel aptitudinal şi motivațional.

Cel mai important este să se asigure o corespondență între tipul sarcinilor de rezolvat şi structura de comunicare între membrii grupului, pentru eficiența profesională şi creativă.

C. **Dimensiuni psihosociale**

R B. Cattell vorbeşte de *syntalitate*, K. Lewin de *atmosferă*, ambele noțiuni delimitând personalitatea grupului, care este conturată de aspectele psihosociale rezultate din dinamica grupului respectiv. Relațiile interpersonale din cadrul grupului au o importantă influență asupra formării, stabilității şi eficacității în grup, aşa cum J. Maisonneuve arăta că toleranța indivizilor este mai mare în conviețuirea în comun şi în cadrul activităților de timp liber la care participă membrii grupului.

Pentru M. Roco, profilul grupului creativ include următoarele trăsături:

– un nivel ridicat al intercunoaşterii;
– un nivel superior al simpatiei;
– profunzimea şi stabilitatea preferințelor.

Ca şi în cazul creativității individuale, şi pentru creativitatea de grup putem sublinia importanța unor motive şi a unor atitudini creatoare cu importanță deosebită pentru nivelul creativității, pentru randamentul în muncă; astfel, printre motivele creatoare amintim autorealizarea, afirmarea profesională, obținerea unor satisfacții morale, pasiunea pentru o anumită profesie, interesul pentru respectarea normelor profesionale şi interpersonale, atracție față de nou; de asemenea, atitudinile creatoare amintite pentru grup sunt: obiectivarea ideilor, receptivitatea față de nou, capacitatea de asumare a riscului.

Un aspect ce separă clar un grup creativ de altul necreativ este ponderea tipului de interacțiuni existente în cadrul grupului:

– în grupul înalt creativ interacțiunile sunt legate de teme profesionale, culturale, umanitare;

– în grupurile necreative sunt discutate probleme neprofesionale, care vizează atmosfera din colectiv, cum ar fi comportamentul şefului, conflictele între colegi, nemulțumirile.

Universitatea SPIRU HARET

Specifice grupului creator sunt relațiile de cooperare care au la bază afinități profesionale, intelectuale şi moral-afective comune, iar între membrii există un nivel înalt de intercunoaştere.

D. **Personalitatea liderului grupului**

Un lider care este stimulativ pentru creativitate este acela la care abilitățile motivaționale se îmbină cu cele atitudinale şi sunt însoțite de asimilarea normelor deontologice, şi care va reuşi să pună în acord sarcina comună, interesele individuale şi cele de grup, interacțiunea dintre membrii grupului.

Trăsăturile identificate de M. Roco pentru un lider care este benefic pentru stimularea creativității de grup sunt legate de indicele de includere socială (intensitatea simpatiei colectivului față de şef), în primul rând, şi de anumite trăsături, cum ar fi atitudinile creatoare, originalitatea rezultatelor obținute în domeniul respectiv, motivația creatoare, prestigiul profesional.

Dintre stilurile de conducere identificate, cel democratic s-a dovedit a fi cel mai eficient, stil care consultă şi alți membrii în luarea unor decizii, îi implică şi pe ceilalți membrii ai grupului în rezolvarea diverselor sarcini de grup, sistemul de apreciere al membrilor este obiectiv, repartizarea sarcinilor se face în funcție de specializarea dar şi interesele participanților.

E. **Organizarea şi funcționarea grupului**

A. Munteanu precizează care sunt indicatorii importanți pentru selectarea membrilor unui grup de creativitate:

– caracteristicile individuale: energie, pasiune, inițiativă, implicare, atracție față de grup, încredere în forțele proprii, capacitate de asumare a riscului, nonconformism;

– caracteristicile grupului: membrii să fie diferiți ca profesie şi experiență, cu reprezentanți din ambele sexe, între ei să existe relații amiabile;

– sarcina ce urmează a fi rezolvată: alegerea şi prezentarea adecvată a problemei de rezolvat.

În organizarea şi funcționarea grupului creativ se ține cont şi de mărimea acestuia, vârsta membrilor, sistemul de apreciere.

Mărimea grupului este recomandabil să fie redusă, dar această mărime este variabilă de la o modalitate grupală a creativității la alta, în proiectare, cercetare, numărul variază între 3 şi 10 persoane, în şcoală numărul recomandat este de 4 membrii. S-a constatat că un grup redus este benefic pentru viteza, eficiența şi productivitatea

Universitatea SPIRU HARET

activității respective, iar cel extins are o influență pozitivă asupra calității soluțiilor identificate.

Aranjarea membrilor grupului este benefică atunci când se face în jurul meselor rotunde, după cum arată Steinzar, dar sunt autori care nu sunt de acord cu această sugestie, întrucât fiecare îl priveşte doar pe cel din față, cu care comunică mai mult. Astfel, A. Munteanu crede că mai potrivită este o masă semicircurală, care permite o comunicare mai bună între indivizi.

Vârsta grupului este recomandată a fi cât mai redusă, de aproximativ 3-5 ani, dar cu o anumită experiență în demersurile creative.

Sistemul de apreciere care asigură performanțe creative în grup este acel sistem care este unitar sub aspectul formei şi al conținutului, aceasta impunând următoarele condiții:

– completitudine;

– caracterul explicit al criteriilor de evaluare;

– ierarhia diferențiată a criteriilor funcție de situația concretă;

– aprecierea şi recompensarea să fie echitabile;

Antrenarea grupului creativ poate fi realizată în mai multe variante, după cum există mai multe modalități de stimulare a creativității colective, prin brainstorming, metodă impusă de Al. Osborn, grupul sinectic, promovat de W J.J. Gordon, grupul de producere a informației, elaborat de C. Facheux şi C. Moscovici, format din 4 persoane. M. Roco, la rândul ei, propune un model de grup creativ care implică parcurgerea următoarelor etape:

– evaluarea psihologică a membrilor care vor face parte din grup;

– adunarea unor informații cu referire la colectivele de muncă din care provin participanții;

– antrenamentul creativ propriu-zis, care include următoarele demersuri: explicarea unor noțiuni fundamentale de creatologie; informarea participanților asupra rezultatelor pe care ei le-au obținut la probele administrate; organizarea unor seminarii pe baza cunoştințelor prezentate; exersarea acestor noțiuni.

Acest model a fost experimentat în diferite instituții şi, ca urmare, au fost constatate următoarele efecte: membrii grupului reuşeau să identifice mai multe soluții pentru problemele pe care le aveau de rezolvat în domeniul respectiv; dezvoltarea şi valorificarea potențialului creativ de la nivel individual şi de grup; sporirea motivației creatoare şi a interesului pentru studiu la participanții din grup; consolidarea spiritului de echipă şi dezvoltarea abilităților de rezolvare a problemelor.

Universitatea SPIRU HARET

Un alt model de grup creativ a fost elaborat de A. Stoica pentru mediul şcolar şi se bazează pe un curs de creativitate care să se conformeze următoarelor reguli:

– fiecare prelegere să cuprindă aspecte teoretice şi practice;

– liderul grupului creativ se implică direct în activităţile grupului;

– fiecare lecţie să combine activităţile de grup cu cele creative;

– îmbinarea reprezentării mentale a ideilor creative cu materializarea, obiectivarea lor.

În continuare, vom prezenta câteva modele de grupuri implicate în demersurile creative ce au fost descrise în literatura de specialitate.

Grupul creator şi cel creativ

Distincţia între cele două noţiuni este realizată încă din 1979 de către M. Roco:

– grupul creativ este grupul constituit în scopul stimulării creativităţii membrilor săi, organizat după principii specifice creaţiei;

– grupul creator reprezintă unitatea dintr-un anumit departament al unei instituţii, o micro-colectivitate de muncă reală, care şi-a demonstrat performanţa creatoare în mod spontan; scopul acestui grup este acela de realizare de invenţii, creaţii sau rezolvarea creatoare a diferitelor probleme.

M. Caluschi a studiat asemănările şi diferenţele dintre grupul creator şi cel creativ, şi a ajuns la următoarele concluzii:

Asemănările pe care M. Caluschi le-a identificat între grupul creativ şi cel creator sunt următoarele:

– mărimea este la ambele grupuri de 6-12 membrii;

– anumite norme ale grupului, şi anume, cele legate de modul de desfăşurare a reuniunilor de grup;

– structura comunicării este flexibilă, putând lua o formă centralizată, sau descentralizată, prin alternanţă;

– motivaţia pentru participarea la grup este formată din nevoia şi trebuinţa de a crea;

– efectul sinergic.

De asemenea, autoarea a stabilit şi deosebirile care pot fi descrise între grupul creativ şi cel creator, pe care le vom prezenta în tabelul nr. 4.

Universitatea SPIRU HARET

Tabel nr. 4. Diferențele dintre grupul creativ şi cel creator

Grupul creativ	Grupul creator
Este interesat de stimularea, dezvoltarea potențialului creator al fiecărui membru, înlăturarea inhibițiilor acestora.	Este orientat, mai ales, spre rezolvarea creativă a sarcinii, obținerea soluției originale, realizarea unor invenții.

După cum se vede, grupul creativ este un grup de formare, de dezvoltare a creativității. Grupul creator poate funcționa fie organizat, cum este cazul echipelor de creație care se formează în diferite instituții şi institute de cercetare, fie în mod spontan, fiind compus din specialişti care, având preocupări comune, colaborează pe diverse teme.

Grupul de tip CPS (Creative Problem Solving)

În Buffalo s-a dezvoltat acest tip de grup format din 5-7 persoane, care are la bază, ca principii de organizare, normele grupului brainstorming şi cele ale grupului sinectic, şi are ca scop principal atingerea eficienței şi performanței. Specificul acestui model american de rezolvare a problemelor este existența unei faze divergente şi a alteia convergente în fiecare etapă a procesului de rezolvare.

Principiile de bază ale rezolvării creative a problemelor sunt:
– delimitarea dezordinii;
– găsirea faptului;
– delimitarea problemei;
– generarea ideilor;
– găsirea soluției;
– delimitarea planului specific pentru implementare.

Un rol deosebit pentru acest tip de grup îl are liderul care evaluează avantajele şi dezavantajele, pentru a valorifica la maxim aspectele pozitive şi a păstra un echilibru între fazele convergente şi cele divergente, între interesele individuale şi cele impuse de sarcina grupului CPS, care se dovedeşte, prin caracteristicile sale, a fi un grup creator.

Grupul creativ adaptat

Este o formă propusă de M. Roco, ca modalitate complexă de cultivare şi stimulare a creativității în cadrul întreprinderilor, şi a fost elaborat pornind de la metodele de stimulare a potențialului creativ, condițiile de funcționare a grupului creativ, trăsăturile specifice colectivelor înalt creatoare (M. Roco, 1981).

Atribuțiile pe care le are grupul creativ adaptat sunt:

Universitatea SPIRU HARET

– popularizarea rezultatelor ştiinţifice asupra fenomenului creaţiei;

– identificarea factorilor inhibitori pentru creativitatea membrilor întreprinderii;

– asistenţă de specialitate pentru inovaţii şi invenţii în întreprindere;

– organizarea unor noi grupe de creaţie.

Persoanele care sunt incluse în acest grup, format din 6-7 persoane sunt supuse unor selecţii şi unor evaluări a potenţialului lor creativ, după care urmează un program de antrenare a creativităţii.

Grupul creativ de formare

Este un grup de dezvoltare, propus de M. Caluschi, în care formarea se face prin creativitate, scopul principal fiind stimularea potenţialului creator prin însuşirea metodologiei creativităţii, înlăturarea factorilor inhibitori. Numărul membrilor este cuprins între 6 şi 12 membrii, iar diferenţa faţă de grupul creativ adaptat constă în gestionarea timpului în cadrul activităţii grupului, şi anume 80% din timp este alocat antrenamentelor creative şi 20% este consacrat lărgirii fondului informaţional interdisciplinar.

Obiectivele grupului creativ de formare sunt următoarele:

– stimularea potenţialului creator al membrilor;

– stimularea motivaţiei pentru autorealizarea prin intermediul creaţiei;

– stimularea şi dezvoltarea capacităţii empatice;

– însuşirea de către membrii grupului a metodelor de stimulare a creativităţii;

– identificarea şi diminuarea blocajelor creativităţii;

– formarea liderilor de grup creativ.

Autoarea acestui model de grup creativ propune instalarea unui climat permisiv, în care este înlăturată critica şi se instituie o atmosferă de libertate şi bucurie de a comunica (M. Caluschi, 2001).

Studiile efectuate în colectivele reale de muncă au permis depistarea unor diferenţe semnificative între colectivele care s-au dovedit a fi înalt creative şi cele slab creatoare:

– între membrii grupurilor înalt creative există similarităţi în privinţa atitudinilor intelectuale şi creative;

– între motivele individuale şi cele de grup există o îmbinare optimă;

– sistemul de apreciere al membrilor grupului este complet, nuanţat în colectivele înalt creatoare;

– liderul grupului dispune de trăsături creative şi prezintă un prestigiu profesional înalt;

Universitatea SPIRU HARET

– concordanță între structurile formale şi cele informale;

– motivarea relațiilor interpersonale dintre membrii asigură crearea unei atmosfere de colaborare şi cooperare în colectiv.

În abordarea sistemică a creativității colective, M. Roco propune următoarele niveluri de analiză științifică: caracteristicile principale ale grupului; variabilele creativității de grup; fenomenul creației, individuale şi de grup, cu caracteristicile sale definitorii şi cu cele trei segmente principale: orientativ-motivațional, operațional-cognitiv, volițional-reglatoriu (M. Roco, 2000).

Pornind de la modelul bifactorial al creativității descris de Paul Popescu-Neveanu, şi care prezintă creativitatea ca pe o structură rezultată din unitatea convergentă dintre factorii vectoriali (trebuințe, motive, sentimente, atitudini, scopuri) şi factori instrumentali (operații, strategii de lucru intelectuale, aptitudini), în literatura de specialitate s-a ajuns la concluzia că majoritatea factorilor inhibitori ai creativității fac parte din prima categorie, cea a factorilor vectoriali. Pornind de aici, se consideră că, pentru stimularea creativității colective, se recomandă dezvoltarea factorilor energizanți, care direcționează activitatea colectivă. În plus, dezvoltarea în cadrul grupului a unor relații interpersonale bazate pe valori creative, moral-afective comune, afinități profesionale favorizează, de asemenea, creativitatea de grup.

In dinamica procesului creativ în cadrul grupului, M. Roco a identificat următoarele niveluri (M. Roco, 2000):

1. planul individual, care include trăsături de personalitate ale membrilor grupului, atitudini, aptitudini, interese, pregătirea profesională;

2. planul interacțional cu două componente, una profesională (frecvența şi tipologia interacțiunilor profesionale în scopuri profesionale) şi una interpersonală (relații de atracție sau respingere între membrii, între comportamentele lor psihosociale);

3. planul organizațional se referă la mărimea, structura, funcțiile îndeplinite de colectiv, stilul de conducere al liderului, sistemul de evaluare al acestuia.

Procesul creativ, desfăşurat la nivelul grupului presupune prezența unor caracteristici specifice, iar cele trei planuri formează o ierarhie, în care, dominant, ca importanță, se află planul organizațional.

De asemenea, aceeaşi autoare a căutat să identifice, prin numeroase cercetări experimentale, principalele însuşiri esențiale pentru cei implicați în creativitatea de grup, pentru membrii unui colectiv creator:

Universitatea SPIRU HARET

– motivele creative cel mai frecvent întâlnite sunt: motive de autorealizare; pasiune faţă de profesie; interes pentru valorificarea rezultatelor muncii; interesul pentru probleme noi, dificile; asumarea riscurilor; interesul pentru respectarea normelor de etică profesională şi a relaţiilor interpersonale din colectivul de muncă;

– atitudinile creative specifice membrilor unui grup creativ: independenţă, iniţiativă, încredere în forţele proprii, sensibilitate şi atracţie faţă de nou, capacitatea de asumare a riscului, punerea în practică a ideilor;

Folosind metoda interviului, Al. Roşca a inventariat, în 1970, următoarele argumente ce susţin avantajele creativităţii de grup, folosind ca lot de cercetare un grup de 70 de oameni de ştiinţă:

– favorizează pasiunea pentru cercetare şi schimbul de informaţii şi de idei;

– compensează calităţi , competenţe, dacă este cazul;

– stimulează apariţia noului prin interacţiunile de grup;

– contribuie la iniţierea tinerilor cercetători

În privinţa randamentului, a utilităţii unei forme sau alta a creativităţii acestea variază şi în funcţie de domeniul de activitate în care se desfăşoară procesul, activităţile creatoare, după cum arată S. Moscovici şi C. Facheux:

– în artă grupul este mai productiv decât individul izolat;

– în creativitatea orientată este eficientă, atât individul, cât şi grupul;

– în creativitatea constructivă colectivul este superior individului.

De fapt, credem că oricare ar fi forma activităţii sau domeniul de activitate cel mai important este să se identifice şi să se asigure condiţiile favorabile unor demersuri creative productive.

5.2. Creativitatea ştiinţifică şi tehnică şi cea artistică

Între cele două forme principale ale creativităţii putem stabili diferenţe semnificative prin intermediul următoarelor criterii:

1. **Personalitatea creatorului** este unică în funcţie de modul de îmbinare a însuşirilor psihologice şi a modului în care creatorii sunt influenţaţi de mediul exterior, creatorii pot fi diferenţiaţi după trăsăturile de personalitate şi dispoziţiile aptitudinale formate în diferite

Universitatea SPIRU HARET

contexte culturale, şi după formele de manifestare a creației (M. Moldoveanu, 2001).

Se consideră că între creativitatea științifică şi cea tehnică şi științifică există o diferență în privința ponderii inteligenței, gradul de solicitare fiind maxim în știință, mai puțin în tehnică şi cel mai redus în artă. În schimb, aptitudinile speciale sunt mult mai importante în artă şi apoi în tehnică, şi în cel mai redus grad în ştiință. Ca tipuri de aptitudini speciale implicate putem menționa că în știință sunt implicate aptitudinile numerice, verbale, spațiale, iar în tehnică aptitudinile senzorio-motorii şi perceptiv-spațiale.

Distincția între tipul artistic, categorie în care sunt incluşi poeții, pictorii, muzicienii, şi tipul gânditor, categorie din care fac parte cercetătorii, inventatorii, a fost realizată şi după modul în care aceştia reflectă realitatea, astfel:

– tipul artistic reflectă realitatea prin intermediul unor imagini concret-senzoriale, cu ajutorul senzațiilor, percepțiilor, reprezentărilor;

– tipul gânditor realizează reflectarea prin imagini abstracte, create cu ajutorul limbajului.

2. **Produsul creat** prezintă, de asemenea, un criteriu prin care putem diferenția creația artistică de cea tehnică şi științifică, după cum se vede în tabelul nr. 5

Tabel nr. 5

Creativitatea în știință şi tehnică	**Creativitatea în artă**
Produsul exprimă cerințele şi scopurile mediului, filtrate prin stilul personal al creatorului.	Produsul îl exprimă pe creator ca individualitate, cu trăsăturile, trebuințele, motivațiile şi aspira-țiile sale specifice.
Criteriul de validare este cel al eficienței pentru tehnică şi al adevărului pentru creativitatea în știință.	Criteriul de validare este cel estetic.

3. **Reacțiile publicului-țintă** la produsul creat sunt diferențiate astfel:

– la operele artistice publicul reacționează în termeni emoționali;

– la produsele din știință şi tehnică, reacțiile sunt de natură intelectuală şi practică;

4. **Raportul între interioritate şi exterioritate** implicat în creaţie, este variat de la un domeniu la altul:

– în artă este evocat mai mult fondul psihologic al creatorului;

– în ştiinţă sunt exprimate mai ales aspecte ale mediului investigat;

– în arhitectură se consideră că interioritatea şi exterioritatea se află în echilibru.

5. **Tipul de informaţie valorificată:**

– în artă este valorificată informaţia figurală sau senzorial-perceptivă;

– în matematică, chimie, logică se valorifică informaţia simbolică;

– în ştiinţă, literatură, activitatea juridică şi didactică, informaţia valorificată este cea semantică;

– în politică, medicină, literatură, artă este fructificată informaţia comportamentală.

Fiind vorba de un proces creator, indiferent de domeniu, între cele două forme esenţiale ale creativităţii există şi *asemănări*, în ceea ce priveşte unele aptitudini, dar şi în privinţa dimensiunilor nonintelectuale. Aptitudinile solicitate de ambele forme ale creativităţii sunt: fluiditatea, flexibilitatea, sensibilitatea faţă de probleme, capacitatea de redefinire şi de evaluare. Trăsăturile de personalitate, dimensiunile nonintelectuale implicate în ştiinţă şi artă sunt: curiozitate epistemică, pasiune, productivitate, evantai larg de interese, nonconformism, independenţă şi iniţiativă, capacitatea de asumare a riscului, interesul pentru complexitate.

În ontogeneză, ambele tipuri de creativitate, deşi se activează în adolescenţă, în adevăratul sens al cuvântului, la vârsta preşcolară pot apărea indicatori pentru o formă sau alta. Acest lucru este important pentru demersurile educative care să favorizeze manifestarea unor potenţialităţi, valorificarea acestora. În acest sens, menţionăm şi recomandarea lui I. Mânzat pentru învăţământul prin descoperire dirijată, care poate antrena capacitatea elevului de investigare şi care, de exemplu, se poate realiza la liceu prin cercuri de cercetare.

Creativitatea ştiinţifică şi tehnică

Al. Roşca şi B. Zorgo arătau că aptitudinea tehnică se organizează pe mai multe niveluri, de la cele inferioare la cele superioare, astfel:

Universitatea SPIRU HARET

– caracteristicile senzorio-motorii, cum sunt acuitatea vizuală, auditivă, tactilă, viteza de reacţie, precizia în mişcări;

– capacităţile perceptiv-spaţiale, ca uşurinţă şi corectitudine în receptarea constantelor perceptive; spirit de observaţie pătrunzător, reprezentare spaţială;

– gândirea practică, este nivelul superior pentru creativitatea tehnică.

Nivelurile amintite pot avea ponderi diferite în desfăşurarea activităţilor de tip tehnic, şi de aceea, aptitudinile pot avea forme diferite: dexteritatea manuală şi acuitatea vizuală au dominante primele două niveluri; percepţia spaţială şi gândirea tehnică, au ca specific dominarea ultimelor două niveluri; în creativitatea tehnică propriu-zisă, ca formă complexă a aptitudinilor tehnice, sunt implicate ultimele două nivelurile care sunt articulate cu inteligenţa generală şi cu alţi factori non-intelectuali cu rol energizant.

Cercetând motivaţiile creatoare în cadrul activităţilor ştiinţifice, M. Roco a identificat următorii indicatori motivaţionali: interesele profesionale primează în faţa celor extraprofesionale; pasiunea pentru profesie; participarea la evenimente ştiinţifice; prestigiul profesional; satisfacţii profesionale; interesul pentru a acumula cunoştinţe din diverse domenii şi folosirea lor în activităţile profesionale; curaj pentru abordarea situaţiilor inedite; dorinţa de a obţine noul în domeniul personal de activitate; dorinţa de autoperfecţionare permanentă; convingerea în valoarea socială a activităţii desfăşurate; exprimarea individuală a propriilor opinii; capacitatea de apreciere obiectivă a rezultatelor în funcţie de valoarea lor reală.

Între creativitatea tehnică şi cea ştiinţifică există relaţii de intercondiţionare, întrucât tehnica este influenţată de cuceririle ştiinţei, şi de asemenea, asigură condiţiile necesare pentru aplicarea conceptelor şi a teoriilor ştiinţifice.

Studiindu-se mulţi inventatori şi inovatori cu rezultate remarcabile, cu brevete şi medalii la competiţii internaţionale, s-a conturat următorul tablou al motivaţiei acestora (M. Moldoveanu, 2001):

– dorinţa de perfecţionare a abilităţilor creative;

– dorinţa de depăşire a rutinei profesionale;

– dorinţa de a-şi depăşi condiţia socială;

– nevoia de obiectivare a talentului şi aptitudinilor;

– aspiraţia către promovare profesională;

Aceeaşi autoare, M. Moldoveanu, prezintă, într-un studiu de caz, caracteristicile esenţiale ale mentalităţii unor inventatori, şi anume:

Universitatea SPIRU HARET

coerența, originalitatea, nonconformismul, încrederea în forțele proprii şi în abilitățile creative ale celorlalți, modestie, realizarea de sine prin intermediul creației.

Creativitatea artistică

Principalele caracteristici ale creativității artistice sunt următoarele:

– utilizarea mai multor tipuri de informații;

– implicarea unui ansamblu de aptitudini şi atitudini;

– deşi există necesitatea unui nivel minim de inteligență (95-100 QI), esențiale sunt aptitudinile speciale;

– factorii motivaționali, caracteriali sunt cei care susțin activitatea creatoare.

În artă şi literatură se consideră că sunt manevrate toate cele patru tipuri de informații stocate şi care pot fi reactualizate prin intermediul unor noi conexiuni:

1. informații figurale sau senzorial-perceptive care includ informațiile vizual-figurale (importante în pictură, grafică, sculptură, desen) şi cele auditiv-figurale (implicate în poezie, arta coregrafică, muzică);

2. informații semantice, caracteristice poeziei, prozei, dramaturgiei, criticii literare;

3. informațiile simbolice, implicate în pictură şi sculptură, mai ales în arta modernă;

4. informațiile comportamentale, utile pentru actorie, beletristică, sculptură, pictură,.

Aptitudinile specifice au un rol esențial în structurarea creativității artistice, venind în completarea celor generale (intelectuale, atitudinale, motivaționale), printre acestea amintim câteva mai importante: capacitatea de discriminare a aspectelor spațiale şi a sunetelor; simțul proporțiilor; bogată imaginație; empatia; memoria tonală. Chiar talentul este descris ca o expresie a unor aptitudini speciale, manifestate şi dezvoltate în cadrul diverselor domenii, în special în artă. De asemenea, M. Bejat enumeră caracteristicile geniului, astfel: este cea mai înaltă formă de dezvoltare a aptitudinilor; capacitate creatoare ridicată; originalitate la nivel superior; dotarea ereditară excepțională.

Aptitudinile speciale pot fi valorificate prin exersare, prin antrenament permanent şi, mai ales în muzică, este evident acest

Universitatea SPIRU HARET

fenomen, unde abilitățile sunt perfecționate prin exercițiu. Muzicalitatea este descrisă de Al Roşca prin diferențiere față de aptitudinile speciale, ca o atitudine față de muzică, de profesia de muzician, față de receptorii creației muzicale.

Produsele artei au fost considerate produse creatoare în epoca romantismului, până în acea perioadă fiind considerată o imitare ce poate fi perfecționată şi o reflectare a frumuseților din mediul înconjurător.

În cadrul artei pot fi diferențiate 4 *forme* ale creativității, pe care le vom prezenta în continuare, împreună cu principalele caracteristici ale fiecăreia:

1. *Creativitatea literară* presupune reflectarea unui fragment din existență şi de aceea, scriitorul trebuie să posede o cultură bogată şi o experiență de viață vastă.

Principalele trăsături specifice scriitorului sunt:

– caracteristici intelectuale: gândirea simbolică (verbală); memoria auditivă şi vizuală; imaginația;

– flexibilitatea asociațiilor verbale;

– originalitatea figurilor de stil;

– capacitatea empatică;

– sensibilitatea şi simțul estetic;

– trăsături caracteriale şi volitive, de genul: capacitate de muncă, principialitate, responsabilitate, exigență față de sine, perseverență;

– interese extinse, pentru natură, semeni, valorile culturale.

2. *Creativitatea muzicală* impune, de asemenea, existența unor trăsături specifice creatorului:

– s-a înregistrat cea mai mare incidență a precocității aptitudinilor speciale, sub forma unor indicatori, cum ar fi: interesul timpuriu pentru sunete muzicale, fredonarea unor melodii proprii, plăcerea audiției;

– comparativ cu alte domenii, creatorii au cel mai redus registru de multilateralitate;

– dimensiunile senzoriale (capacitatea de discriminare a înălțimilor, auzul absolut, simțul ritmului, memoria tonală) şi cele motrice (în special pentru dirijori şi instrumentişti) sunt extrem de importante;

– abilitățile intelectuale importante sunt: inteligența, imaginația, memoria auditivă);

– aspecte afective implicate în muzică: sensibilitate şi profunzime în trăiri;

– trăsături motivaționale: perseverență, dăruire.

Universitatea SPIRU HARET

3. *Creativitatea din artele plastice (grafică, pictură, sculptură)*

Prin artele plastice se încearcă o reconstruire a realităţii prin intermediul personalităţii creatorului, evocarea se realizează direct, nemijlocit. Indicatorii precocităţii în pictură pot fi stabiliţi chiar de la vârsta preşcolarităţii: viteză în execuţie, produsele grafice sunt calitativ superioare faţă de cele ale celorlalţi colegi, îndemânare de nivel superior.

Însuşirile specifice creatorului din artele plastice sunt cele pe care le vom enumera în continuare:

– calităţile senzorio-motorii implicate: spirit de observaţie, acuitate vizuală, simţul luminii şi al culorii, simţul proporţiei, al ritmului, al formei şi volumului;

– abilităţile motrice: dexteritatea manuală, bună coordonare a văzului şi auzului, precizie şi rapiditate în mişcările mâinii;

– abilităţile intelectuale: coeficientul de inteligenţă cel puţin mediu, imaginaţie bogată;

– însuşiri afective, motivaţionale şi caracteriale: pasiune faţă de artă, sensibilitate, perseverenţă şi putere de muncă.

4. *Creativitatea scenică sau actoricească* implică o armonie, o îmbinare între arta cuvântului şi pantomimă, aşa cum spunea Caragiale despre actor că este instrument, dar şi instrumentist în arta teatrală.

Creativitatea actoricească dispune de trei dimensiuni majore implicate în procesul creator – cognitivă, afectivă şi expresivă. La rândul său, Gh. Neacşu a identificat doi parametri care au relevanţă pentru talentul actoricesc, capacitatea de transpunere şi capacitatea de expresie.

Sintetizând contribuţia cercetărilor de specialitate, Gh. Neacşu prezintă principalele calităţi ale actorilor:

– cultură generală vastă şi de specialitate;

– capacităţi empatice deosebite;

– calităţile fizice implicate: aspect agreabil, timbru plăcut al vocii, dicţie bună, expresivitate în limbajul verbal şi gestual;

– calităţile senzorio-motrice: spirit de observaţie deosebit, o bună mobilitate;

– abilităţile intelectuale: inteligenţă şi imaginaţie bogată, memorie bună;

– registru afectiv larg, util pentru inducerea unor emoţii, dar şi pentru a le produce la alţii;

– trăsăturile de personalitate relevante: niveluri ridicate la neuroticism, flexibilitate, tensiune ergică, expansivitate.

Universitatea SPIRU HARET

Rezumat

Pornind de la două criterii esenţiale, aspectul creator şi domeniul de manifestare, putem distinge, în primul rând, creativitatea individuală şi cea de grup, şi, în al doilea rând, creativitatea ştiinţifică şi tehnică şi cea artistică.

Factorii care influenţează creativitatea de la nivelul grupului sunt: natura şi tipul sarcinii, structura sau compoziţia grupului, dimensiunile psihosociale, personalitatea liderului grupului, organizarea şi funcţionarea grupului (mărimea, vârsta, sistemul de apreciere).

Diferenţele esenţiale dintre creativitatea ştiinţifică şi tehnică şi cea artistică sunt: personalitatea creatorului, produsul creat, reacţiile publicului-ţintă, raportul interioritate-exterioritate, tipul de informaţii valorificate.

Principalele forme ale creativităţii artistice sunt: literară, muzicală, din artele plastice, scenică sau actoricească.

Concepte-cheie

– *grupul creativ* este grupul creativ constituit în scopul stimulării creativităţii membrilor săi, organizat după principii specifice creaţiei;

– *grupul creator* reprezintă unitatea dintr-un anumit departament al unei instituţii, o micro-colectivitate de muncă reală, care şi-a demonstrat performanţa creatoare în mod spontan; scopul acestui grup este acela de realizare de invenţii, creaţii sau rezolvarea creatoare a diferitelor probleme.

Extensii

A. Stoica a elaborat un model de grup creativ aplicabil în şcoli şi care se bazează pe un adevărat curs de creativitate, care îşi propune stimularea creativităţii elevilor, dar şi formarea de moderatori pentru viitoarele grupe de creaţie. Cursul cuprinde 12 şedinţe, fiecare cu o durată de 100 minute.

Principiile metodologice care sunt respectate în cadrul acestui grup sunt:

– fiecare lecţie să cuprindă elemente teoretice şi aplicative;

– liderul grupului creativ trebuie să se implice activ în activitatea grupului, pentru a o stimula când aceasta stagnează;

– în fiecare lecţie să se alterneze imaginaţia necenzurată cu raţiunea critică;

– fiecare şedinţă să îmbine activitatea de grup cu cea individuală;

Universitatea SPIRU HARET

– să se asigure îmbinarea reprezentării mentale a soluțiilor, ideilor, cu obiectivizarea, materializarea acestora.

Pentru a avea eficiență, se impune o reluare periodică a acestui curs de creativitate în timpul şcolii.

Întrebări

1. Care sunt factorii comuni pentru creativitatea individuală şi cea de grup?
2. Care sunt factorii de care depinde creativitatea de grup?
3. Ce trăsături trebuie să dețină un lider pentru a încuraja creativitatea membrilor unui grup?
4. Care este diferența între grupul creativ şi cel creator?
5. În ce constau diferențele dintre creativitatea ştiințifică şi cea tehnică?
6. Ce caracteristici prezintă creativitatea artistică ?

Bibliografie selectivă

1. Caluschi, M., *Grupul mic şi creativitatea,* Editura Cantes, Iaşi, 2001.

2. Moldoveanu, M., *Mentalitatea creativă. Perspectivă psihosocio-logică*, Editura Coresi, Bucureşti, 2001.

3. Munteanu, A. *Incursiuni de creatologie,* Editura Augusta, Timi-şoara, 1994.

4. Roco, M., *Particularități ale colectivului creator în cercetarea ştiințifică*, în *Creativitatea în ştiință, tehnică şi învățământ*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1981.

5. Perju-Liiceanu, A., *Aspecte interpersonale ale creativității* în *Creativitatea în ştiință, tehnică şi învățământ*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1994.

Universitatea SPIRU HARET

6. **PSIHODIAGNOZA CREATIVITĂȚII**

În cadrul metodologiei de diagnoză a creativității, putem distinge două categorii distincte, una în care putem încadra metodele destinate copiilor şi una în care sunt incluse metodele de diagnoză a creativității la adult.

6.1. **Metode de psihodiagnoză a creativității la copil**

În psihodiagnoza creativității la copil sunt folosite cel mai frecvent următoarele metode:

1. *Analiza produselor activității*: presupune aprecierea atât a produselor realizate de elevi la solicitarea şcolii, cât şi cele realizate din proprie inițiativă. În cadrul acestei metode pot fi folosite următoarele instrumente:

1.1. *Chestionarul Minnesota*, care inventariază numai activitățile desfăşurate din inițiativă personală:

- dacă individul a scris un poem;
- construirea unui aparat;
- prezentarea unei comunicări ştiințifice;
- publicarea unui studiu ştiințific.

1.2. *Scalele de evaluare* ale lui J.L. Holland (1961), care au două variante:

a. pentru investigarea *creativității artistice*: cuprinde 11 itemi, de exemplu premierea la diverse concursuri (oratorie, sculptură, muzică, pictură, etc);

b. pentru investigarea *creativității ştiințifice*: cuprinde 5 itemi, de exemplu construcția de aparate sau dispozitive, elaborarea unei comunicări ştiințifice.

2. *Studiul de caz* (*case study*): metoda poate fi adaptată fie în *cazuri diagnostice*, caz în care un subiect este investigat prin mai

Universitatea SPIRU HARET

multe metode, realizându-se apoi o analiză statistică prin care se pot face generalizări, fie în scopuri de *stimulare a creativității.*

3. *Metoda aprecierii* (interevaluării) şi *autoaprecierii* (autoevaluării) este aplicabilă de către profesori, părinți sau de subiectul însuşi. Metoda poate fi folosită în domeniul şcolar şi în cel tehnic. Prin interapreciere putem atinge două obiective:

1. putem identifica unele comportamente şi performanțe creative;
2. poate fi considerată ca fiind un criteriu extern de validare a rezultatelor obținute prin testele de creativitate.

Comparativ cu performanța efectivă, metoda interevaluării oferă o validare mai puțin valoroasă. Există două tipuri de validare: a) *concurentă*, în care datele obținute prin interevaluare sunt confruntate cu performanțele creative ale subiectului; b) *convergentă,* în care comparația se realizează între rezultatele interevaluării şi autoevaluării.

Metoda interaprecierii utilizează trei tehnici distincte (Făcăoaru, 1976):

1. *desemnarea cazurilor extreme*, în care evaluatorii (judecători), prin raportare la un anumit criteriu, trebuie să precizeze, în număr echitabil, care sunt primii şi ultimii dintre colegi (sau subalterni);
2. *clasificarea*, în care judecătorii fac o ierarhie a colegilor, în funcție de un anumit criteriu;
3. *evaluarea propriu-zisă*, pentru anumite criterii judecătorii dau note fiecărui individ din grupul respectiv.

S-a constatat că o imagine favorabilă despre potențele creatoare ale unui individ determină o imagine bună asupra propriei persoane.

4. *Metoda testelor*

4.1. *Bateria Guilford*: cuprinde numai probe verbale şi cu timp limitat, ceea ce constituie o deficiență, întrucât dezavantajează persoanele lipsite de abilități verbale şi, respectiv, cele caracterizate prin lentoare temperamentală. Se administrează colectiv începând cu vârsta pubertății.

Conform modelului tridimensional al intelectului şi ai vectorilor acestuia, Guilford defineşte şi realizează probe pentru mai multe tipuri de abilități (Minulescu, 2003):

1. *Testele de fluiditate* (4 serii) pentru:

1.1. *fluiditatea verbală*: măsurată prin testele de prefixe (listă de cuvinte care încep cu acelaşi prefix), listele de cuvinte care conțin aceleaşi litere, listele de cuvinte care urmează aceluiaşi cuvânt;

Universitatea SPIRU HARET

1.2. *fluiditatea ideațională*: măsurată prin testele de calități ale obiectelor (de exemplu ce obiecte sunt în acelaşi timp roşii şi dure ? sau care ard ? etc.), testele de utilizări (liste de utilizări pentru obiectele cunoscute);

1.3. *fluiditatea asociativă*: măsurată prin testele de asociații - a găsi sinonime, testele de completare - a completa o propoziție utilizând un adjectiv care lipseşte;

1.4. *fluiditatea expresivă*: măsurată prin testele de combinație de 4 cuvinte (se dau literele cu care încep cuvintele);

2. *Testele de utilizări schimbate*, se referă la utilizări posibile, dar altele decât cele obişnuite, pentru un obiect banal;

3. *Testele de consecințe* se referă la aptitudinea de a imagina consecințele posibile ale unui eveniment neobişnuit;

4. *Testele de embleme* cuprind liste de meserii care pot fi simbolizate de o emblemă dată;

5. *Testele de producere de figuri* se referă la construirea de obiecte din figuri geometrice date (de exemplu, o lampă, o față obținute din cerc, pătrat, triunghi);

6. *Testele de distribuție* cuprind figuri compuse din bețe de chibrituri. Subiectul trebuie să ridice unele pentru a obține figuri geometrice complete; implică aptitudinea de a produce transformări;

7. *Testele de decorări* în care subiectul trebuie să decoreze obiectele obişnuite cu un maximum de elemente diferite;

8. *Teste de găsire de titluri* (pentru poveşti scurte);

9. *Testele de producere de simboluri* (pentru fraze simple);

10. *Testele de forme ascunse* (a găsi liniile ascunse în obiecte mai mari);

11. *Testele de figuri* (a percepe o figură simplă într-o figură complexă);

4.2. *Bateria Minnesota* (elaborată de Torrance şi colab.) se aplică colectiv de la vârsta pubertății. Ea suplineşte dezavantajele bateriei Guilford, întrucât utilizează şi teste neverbale. Bateria reuneşte 2 baterii de teste verbale (formele A şi B, fiecare cu câte 7 teste) şi 2 baterii de teste figurative (formele A şi B, fiecare cu câte 3 teste).

Obiectivul testului este evaluarea procesului creativității prin care devenim sensibili la probleme, la ceea ce lipseşte, la lacunele în cunoaştere, la absența unor elemente, la disarmonii (Minulescu, 2003).

Administrarea testului:

– testul verbal poate fi administrat colectiv (între cele două teste există o pauză);

Universitatea SPIRU HARET

– testul figurativ poate fi administrat individual sau colectiv.

Timpul impus şi cronometrat este de:

– 45 de minute, pentru testul verbal;

– 30 de minute pentru probele de imaginare figurală.

Interpretarea rezultatelor se face prin contabilizarea reuşitelor în funcţie de următoarele criterii (Minulescu, 2003):

1. *fluiditate* (Fl), considerată ca aptitudine a subiectului de a produce un număr mare de idei;

2. *flexibilitate* (Fx), considerată ca aptitudine a subiectului de a produce răspunsuri foarte variate, ce ţin de domenii diferite;

3. *originalitate* (O), considerată ca aptitudinea de a produce idei îndepărtate de ceea ce este comun, evident, banal, aspecte deja stabilite;

4. *elaborare* (El), considerată a reprezenta aptitudinea subiectului de a dezvolta, lărgi şi îmbogăţi ideile; numărul de detalii în plus utilizate în elaborarea ideilor.

Aceşti factori sunt prezenţi în următoarele sarcini:

Fl - în toate testele verbale şi testele figurative 2, 3.

Fx - în testele verbale 1-5 şi testele figurative 2, 3.

O - pentru toate probele;

El - pentru testele figurative.

Bateria care evaluează forma figurală a creativităţii, în afara factorilor de mai sus (fluiditate, flexibilitate, originalitate şi elaborare), mai conţine două criterii (Dincă, 2002):

1. *rezistenţa la închidere prematură* (Rez. înc.) măsoară capacitatea de rezistenţă perceptivă la figura indusă prin stimul şi reprezintă măsura în care subiectul este independent de învăţarea perceptivă. Deschiderea psihologică este localizată de Gordon la nivelul etapei de incubaţie a procesului creativ şi este considerată de C. Rogers (1979, *apud* M. Dincă, 2002) ca fiind una dintre caracteristicile de nelipsit ale creativităţii;

2. *capacitatea de abstractizare semantică* (*Abs. sem.*) este capacitatea de interpretare abstract-verbală a figuralului. Ea măsoară capacitatea de interpretare abstract-verbală a desenului prin titlul acordat. Indicele reprezintă nivelul de abstractizare al conţinutului titlului.

4.3. *Bateria lui M.A. Wallach şi N.Kogan*: autorii propun administrarea probelor într-o ambianţă relaxată, ludică, lipsită de orice judecată critică. Aplicarea se face individual, cu timp liber şi răspunsuri orale. Bateria cuprinde probe verbale şi nonverble, fiind accesibilă începând cu pubertatea.

Universitatea SPIRU HARET

4.4. *Bateria lui W.J. Getzels şi W. Jackson* se administrează subiecţilor aflaţi la vârsta adolescenţei.

Condiţii de aplicare a metodei testelor:

1. *vârsta*: în ceea ce priveşte vârsta cea mai potrivită la care se poate evalua creativitatea, există autori (Ph.E. Vernon, G. Adamson, D.F. Vernon, 1977 *apud* A. Munteanu, 1994) care apreciază că intervalul 8,9 - 15 ani este cel mai potrivit, întrucât în această perioadă se pot practica metodele educative de masă cele mai ieftine. Alţi autori (R.A. Martison, C.M. Lessinger, 1960, *apud* A. Munteanu, 1994) cred că, în cazul copiilor supradotaţi, administrarea probelor este bine să se facă chiar de la 4 ani şi jumătate, datorită precocităţii abilităţilor lor.

2. *atmosfera de administrare*: trebuie să îndeplinească unele exigenţe suplimentare faţă de cele respectate la alte probe. Astfel, trebuie să se asigure o perioadă de familiarizare şi acomodare între subiecţi şi experimentator, în care să aibă loc nişte întâlniri prelimi-nare cu subiectul. Întrucât structura testelor de creativitate poate cuprinde situaţii hilare, dezorganizate, trebuie câştigată încrederea şi interesul subiectului pentru realizarea unui climat de seriozitate şi cooperare, asigurându-se astfel relevanţa testării.

3. *alegerea testelor*:

– testele se aleg în funcţie de vârsta, nivelul cultural al subiectului şi să trezească interesul acestuia;

– în baterie trebuie incluse probe cât mai variate, putându-se realiza astfel analize diferenţiate;

– raportul între testele verbale şi cele nonverbale, precum şi între testele cu timp limitat şi cele cu timp nelimitat trebuie să fie echilibrat.

Cotarea rezultatelor: scorurile calculate pentru testele de creativitate sunt:

4.1. *scorul de fluiditate* (al cantităţii): se stabileşte după numărul total de răspunsuri date de subiect la proba respectivă;

4.2. *scorul de flexibilitate* (al varietăţii): se referă la numărul de categorii în care pot fi încadrate răspunsurile date la un test (în totalitate);

4.3. *scorul de originalitate* (al calităţii): originalitatea poate fi definită în trei moduri (Beaudot, 1969):

– capacitatea de a da răspunsuri cu frecvenţa statistică mică într-un ansamblu dat;

– capacitatea de a produce asociaţii între obiecte şi fenomene îndepărtate;

– capacitatea de a produce răspunsuri ingenioase.

Universitatea SPIRU HARET

Pornind de la aceste definiții s-au conturat două procedee de calcul a originalității:

1. *procedeul indicelui de frecvență*: se referă la frecvența răspunsurilor date de subiect, astfel încât cel mai mic indice (notat cu 1) să corespundă grupei răspunsurilor cel mai des utilizate, iar cel mai mare pentru grupa cu răspunsurile cel mai puțin utilizate;

2. *procedeul indicelui de ingeniozitate*: indicele reflectă ingeniozitatea răspunsurilor, ingeniozitate care trebuie apreciată de către 3 persoane, care parcurg întregul ansamblu de răspunsuri, acor-dând pentru fiecare răspuns un anumit indice de ingeniozitate, pe baza căruia se stabilește un scor total de originalitate pentru subiect.

La cele trei scoruri (fluiditate, flexibilitate, originalitate) se adaugă și scoruri intermediare, care să le cupleze două câte două, până la epuizarea tuturor combinațiilor posibile.

Interpretarea calitativă a datelor obținute presupune corelarea rezultatelor la toate metodele, nu doar prin teste.

Problema validării

Validarea se poate realiza în două moduri:

1. *validarea predictivă*, prin care se verifică dacă persoanele desemnate ca fiind creative prin testare vor demonstra acest lucru prin produse creative de valoare;

2. *validarea concurentă* presupune calcularea corelațiilor între rezultatele obținute de persoane cu manifestări creative atestate social și creațiile acestora.

6.2. **Psihodiagnoza creativității la adult**

Pentru identificarea potențialului creator sau a creativității manifeste se folosesc fie metoda testelor, a interevaluării, studiul de caz, fie unele metode specifice, cum sunt metoda biografică, metoda longitudinală sau metoda caselor de evaluare.

1. *Metoda biografică*:

Metoda biografică a unor mari creatori este relevantă pentru cunoașterea naturii, genezei și specificului activității creatoare. Prin această metodă se poate obține o imagine cât mai bogată a vieții și personalității creatorului, a actului creator și a condițiilor creației. În acest sens, sunt relevante materialele creatorului, însemnările din momentul sau perioada creației, memoriile, jurnalele, mărturiile contemporanilor.

Universitatea SPIRU HARET

Metoda biografică cuprinde: analiza biografică a individului şi ancheta statistico-biografică. Prelucrările statistice oferă profiluri ale creatorilor (pe vârste, domenii de activitate) la care sunt ulterior raportate profiluri ale unor persoane identice ca profesie, vârstă, pentru a se stabili dacă acestea sunt creatoare. Metoda biografică se poate aplica longitudinal sau retrospectiv.

2. *Metoda longitudinală* urmăreşte conturarea biografiei ştiinţifice a profilului psihologic al unei persoane creatoare, pe baza datelor adunate zilnic, sau la intervale apropiate, datele fiind obţinute prin observare şi examinări sau reexaminări ale aceluiaşi subiect la diferite vârste sau perioade succesive.

3. *Metoda caselor de evaluare* (*assesment house*) a fost elaborată de F. Barron (1968) şi presupune organizarea unor grupuri eterogene de 10 persoane la sfârşit de săptămână, de vineri după-amiază până duminică, cu respectarea următoarelor condiţii:

– evaluatorii analizează comportamentul membrilor grupului, având la dispoziţie diferite situaţii naturale;

– evaluarea membrilor se face şi prin metode specifice: teste, chestionare, convorbiri;

– membrii sunt antrenaţi în competiţii, improvizaţii, programe artistice, jocuri distractive;

– în fiecare seară se face un bilanţ al zilei respective şi la sfârşitul celor 3 zile se obţin concluziile prin intermediul instrumentelor statistice.

În cazul folosirii convorbirii şi chestionarului în evaluarea creativităţii trebuie să se acorde o importanţă deosebită formulării întrebărilor, întrucât unele date care sunt importante pentru studiul psihologic pot fi considerate de către creator ca fiind nerelevante.

6.3. **Detectare şi predicţie**

Educaţia centrată pe creativitate presupune mai întâi depistarea ei, detecţie care este realizată fie prin mijloace nespecifice (predictorii creativităţii), fie prin metode de psihodiagnostic sau metode specifice de identificare.

Unul dintre predictorii care este cel mai accesibil profesorilor este *randamentul şcolar*, dar se consideră că acesta nu este un indicator relevant nici pentru capacităţile intelectuale, şi nici pentru creativitate,

Universitatea SPIRU HARET

fiind incapabil să radiografieze personalitatea elevilor cât mai corect. Se consideră că acest lucru se datorează în principal faptului că învăţământul actual este dependent de inteligenţa tradiţională care este promovată în mod preferenţial, acest lucru fiind confirmat de obţinerea unei corelaţii semnificative între gândirea convergentă şi randamentul şcolar.

Un predictor mai relevant pe care îl poate oferi şcoala ar putea fi considerat *randamentul la obiectul preferat,* datorită solicitării suplimentare a fondului motivaţional şi atitudinal.

V. Pavelcu (1974) consideră că *activităţile extraşcolare* reflectă mai bine dominantele de personalitate ale individului decât activitatea profesională sau şcolară.

Pentru C.D. McDermid (1965) cel mai bun predictor al performanţei viitoare este *performanţa din trecut*.

A. Munteanu (1994) a constatat că, în timp ce randamentul şcolar reflectă mai ales inteligenţa, *activităţile extraşcolare* sunt mai relevante pentru creativitate, atât în ceea ce priveşte potenţialul creator general, cât şi pentru cel specific.

E.P. Torrance (1960) a identificat următoarele conduite simptomatice pentru creativitate la copil: *capacitatea de a-şi ocupa timpul în mod atractiv, preferinţa pentru o vestimentaţie deosebită, tendinţa de a avea preocupări suplimentare faţă de cele şcolare, capacitatea de a se amuza cu lucruri simple, multe întrebări „de ce ?” şi „cum ?”, plăcerea de a organiza jocuri, tendinţa de a povesti descoperirile sale, identificarea unor utilizări neobişnuite pentru jucăriile şi obiectele sale, curajul de a încerca lucruri noi, tendinţa de a desena în timp ce profesorii predau lecţia*.

Sunt amintiţi în diverse studii şi predictori nespecifici ai creativităţii şi pentru diverse forme ale actului creator. Astfel, predicţia creativităţii studenţilor din domeniul artei presupune raportarea la realizări, cum sunt: publicarea de poezii, articole de critică în publicaţii de profil, câştigarea de premii la concursuri de artă (sculptură, pictură), participarea la o echipă de teatru cunoscută, publicarea unei caricaturi în ziar.

Al. Roşca (1981), realizând o cercetare pe un lot de matematicieni şi fizicieni, a scos în evidenţă faptul că aceştia au indicat următoarele trăsături ca fiind predictorii pentru creativitate: *uşurinţa de asimilare, cunoştinţe valide*, *originalitate în găsirea soluţiilor, imaginaţie, intuiţie, capacitatea de a pune şi rezolva probleme, de a formula ipoteze viabile, pasiune pentru specializarea aleasă, ardoarea de a descoperi, seriozitatea în muncă*.

Universitatea SPIRU HARET

Aceşti predictori însă, au un caracter nespecific, extrinsec, şi, prin urmare, nu pot oferi decât aproximări cu privire la profilul creativ al elevului. De aceea, este necesar ca subiectul să fie plasat în condiţii experimentale, de laborator, unde psihologul poate folosi atât metode care sunt utilizate pentru evaluarea celorlalte fenomene psihice (observaţia, experimentul, testul, interviul, chestionarul), cât şi metode adaptate specificului creativităţii, cu itemi specifici creativităţii.

Se consideră că este benefică îmbinarea formării cu detecţia, întrucât cea mai bună cunoaştere are loc în procesul formării şi educării viitorilor creatori.

Rezumat

Metodele de psihodiagnoză a creativităţii se pot adresa copilului sau adultului cu performanţe creatoare. Dintre metodele folosite în psihodiagnoza creativităţii copilului amintim: analiza produselor activităţii, studiul de caz, metoda aprecierii (interevaluării) şi auto-aprecierii (autoevaluării), metoda testelor. În ceea ce priveşte metodele utilizate pentru investigarea adultului acestea pot fi: metoda biografică, metoda longitudinală şi metoda caselor de evaluare.

Între predictorii creativităţii, pot fi luaţi în considerare: randamentul la obiectul preferat, activităţile extraşcolare care reflectă mai bine dominantele de personalitate ale individului, identificarea unor utilizări neobişnuite pentru obiectele obişnuite, curajul de a încerca lucruri noi, performanţele din trecut, uşurinţa de asimilare, originalitatea în găsirea soluţiilor, imaginaţia, intuiţia, capacitatea de a pune şi rezolva_probleme, de a formula ipoteze viabile, pasiune pentru specializarea aleasă, ardoarea de a descoperi, seriozitatea în muncă.

Concepte-cheie

– v*alidarea predictivă* este procedeul prin care se verifică dacă persoanele desemnate ca fiind creative prin testare vor demonstra acest lucru prin produse creative de valoare;

– v*alidarea concurentă* presupune calcularea corelaţiilor între rezultatele obţinute de persoane cu manifestări creative atestate social şi creaţiile acestora;

– *metoda longitudinală* este o metodă folosită pentru investigarea adultului cu performanţe creatoare şi constă în recoltarea informaţiilor aferente pentru schiţarea profilului psihologic al unei persoane, în timp, pe măsura derulării activităţilor creatoare.

Universitatea SPIRU HARET

Extensii

Scala de evaluare cu ancore comportamentale a creativității - metodă de interevaluare (SEAT CREAT)

SEAT CREAT este o metodă de interevaluare care permite măsurarea performanțelor creative şi, implicit, a personalității, prin prisma evaluărilor făcute de grupul social din care face parte subiectul, prin intermediul seturilor de comportamente (ancore) recunoscute ca fiind tipice pentru o performanță bună, medie sau inferioară. Metoda este recomandabilă pentru vârste cuprinse între 12-20 de ani, şi a fost realizată de M. Dincă (1995, 1996, 2002).

SEAT CREAT este alcătuită din 12 itemi. Dimensiunile selectate ale creativității şi definițiile lor (aşa cum au fost formulate de către subiecții adolescenți) sunt (Dincă, 2002):

1. *A fi deosebit* = mod de a se comporta, acționa şi gândi personal (diferit de ceilalți);
2. *Ambiție* = capacitatea de a persevera în realizarea unui țel propus şi de a relua acțiunea până la atingerea acestuia;
3. *Curiozitate* = tendința de a-şi băga „nasul unde nu-i fierbe oala" (Dincă, 2002);
4. *Energie neconsumată* (a avea) = disponibilitatea de a consuma energie în activități suplimentare;
5. *Fără limite* = disponibilitatea de a nu fi niciodată mulțumit de ceea ce s-a obținut;
6. *Haz* (a avea) = persoane care pot crea şi aprecia alăturări neaşteptate de idei care produc ilaritate;
7. *Inventivitate* = capacitatea de a transforma o idee aparent nerealizabilă într-o idee realizabilă;
8. *Încăpățânare* = tendința de a insista asupra unor scopuri, opunându-se opiniilor nefavorabile şi obstacolelor;
9. *Nonconformism* = capacitatea de a gândi şi acționa făcând abstracție de convențiile existente;
10. *Spirit de observație* = capacitatea de a înregistra amănunte fără sau cu control conştient;
11. *Spontaneitate* = capacitatea de a gândi şi acționa rapid, în conformitate cu ideile de moment;
12. *Umor* (a avea) = capacitatea de a depăşi situațiile dificile printr-o glumă.

Întrebări

1. Ce metode de psihodiagnoză a creativității copilului cunoaşteți?
2. Care sunt avantajele şi dezavantajele metodei testelor?

Universitatea SPIRU HARET

3. Treceți în revistă câțiva predictori ai creativității

4. Care sunt metodele utilizate în investigarea adulților cu performanțe creatoare?

5. Comparați între ele bateria lui J.P. Guilford şi cea a lui E.P. Torrance şi arătați care sunt avantajele şi dezavantajele fiecăreia dintre ele.

Bibliografie selectivă

1. Barron, F., *Creativity and Personal Freedom*, Van Nostrand, Princeton, Toronto, 1968.

2. Beaudot, A., *La créativité a l'école*, Paris, P.U.F., 1969.

3. Dincă, M., *Teste de creativitate*, Ed, Paideia, Bucureşti, 2001.

4. Făcăoaru, C., *Performanțe creatoare şi evaluarea socială a aptitudinilor creative în tehnică*, Rev. de Psihologie, nr. 4, 1976.

5. Holland, J. L., *Creative and academic Performance among talented Adolescent*, J. OofEditura Psychol., v. 52, 1961.

6. McDermid, C. D., *Some Corelates of Creativity in Engineering Personnel*, J. appl. psychol., v. 49, 1965.

7. Minulescu, M., *Teorie şi practică în psihodiagnoză*, Editura Fundației *România de Mâine*, Bucureşti, 2003.

8. Munteanu., A., *Incursiuni în creatologie*, Editura Augusta, Timişoara, 1994.

9. Pavelcu, V., *Culmi şi abisuri ale personalității*, Editura Enciclopedică Română, Bucureşti, 1974.

10. Roşca, Al., *Creativitate generală şi specifică*, Editura Academiei, Bucureşti, 1981.

11. Torrance, E.P., *Guiding Creative Talent*, England Cliff, Prentice Hall, New York, 1960.

Universitatea SPIRU HARET

7. STIMULAREA CREATIVITĂŢII

7.1. Factorii frenatori ai creativităţii

Identificarea creativităţii este o premisă pentru anticiparea acţiunii de educare a ei. Factorii inhibanţi pentru creativitate pot fi diferenţiaţi pentru toate cele patru faţete de fond ale creativităţii: personalitate, proces, produs, climat creativ. Unele blocaje, prin reversul lor, se pot transforma în stimulenţi.

Factorii care pot bloca creativitatea, pot fi:

I. *Blocajele culturale* (A. Cosmovici, 1996, E.P.Torrance, 1971)

1. *Conformismul*: se referă la dorinţa oamenilor ca toţi cetăţenii să se poarte şi să gândească la fel. Cei cu idei şi comportamente neobişnuite sunt dezaprobaţi şi priviţi cu suspiciune, atitudine care-i descurajează şi implicit inhibă atitudinile creative;

2. *Influenţa nefastă a prejudecăţilor* existente la un moment dat în societate;

3. *Atitudinea descurajatoare* practicată de corpul didactic la adresa spiritului interogativ natural al elevilor;

4. *Tendinţa de a se complace strict în limitele stipulate de sexul căruia îi aparţine, cu refuzul caracteristicilor şi rolurilor specifice celuilalt sex;*

5. *Practicarea falsei disjuncţii dintre muncă şi joc;*

6. *Obsesia activităţilor contra cronomentru;*

7. *Prejudecata rarităţii indivizilor superior dotaţi;*

8. *Supraestimarea aparenţelor.*

II. *Blocajele intelectuale, atitudinale, motivaţionale* (Cosmovici, 1996, M. Roco, 1985):

1. *Rigiditatea algoritmilor anteriori*: se referă la situaţia în care suntem obişnuiţi să aplicăm într-un anumit caz un algoritm, şi, deşi nu pare a se potrivi, stăruim în a-l aplica şi nu încercăm altceva. Algoritmul este o succesiune determinată de operaţii permiţând rezolvarea unei anumite categorii de probleme;

Universitatea SPIRU HARET

2. *Fixitatea funcțională*: se referă la folosirea obiectelor şi uneltelor potrivit funcției lor obişnuite, fără a le utiliza în alt mod. De exemplu: grupa de soldați care a rămas câteva zile într-o casă părăsită a mâncat pe brațe mâncarea, până când au scos uşa din balamale şi au folosit-o pe post de masă;

3. *Critica prematură*, evidențiată de Osborn se referă la discutarea prematură, critică a unei sugestii ce apare pentru rezolvarea unei probleme complexe. Această discutare prematură blochează venirea unor idei în conştiință;

4. *Imaginație deficitară;*

5. *Cunoaşterea superficială a metodelor de gândire divergentă;*

6. *Carențe la nivel atitudinal;*

7. *Lipsa motivației pentru profesiune;*

8. *Registru restrâns de interese.*

III. *Blocaje emotive* - aceste blocaje apar pentru că factorii afectivi au o influență importantă (Cosmovici, 1996):

1. *Neîncrederea în fantezie şi acordarea unei importanțe exagerate rațiunii logice, raționamentelor*. Aceasta poate fi explicată prin existența unei comodități la persoanele cu imaginație bogată;

2. *Teama de a nu greşi, de a nu fi pe măsura aşteptărilor*, de a nu se face de râs: poate împiedica exprimarea şi dezvoltarea unui punct de vedere neobişnuit;

3. *Graba de a accepta prima idee*: uneori soluția apare de la început;

4. *Autodescurajarea sau descurajarea practicată de alții* întrucât munca de creație, de inovație este dificilă şi necesită eforturi de lungă durată;

5. *Tendința exagerată de a-i întrece pe alții*, duce la evitarea ideilor prea deosebite şi dăunează procesului de creație;

6. *Lipsa de încredere în forțele proprii.*

7.2. **Metode de stimulare a creativității**

Se consideră, că folosind mijloacele adecvate, la orice ființă umană normală (Q.I.= 90) se poate dezvolta măcar un minim de creativitate. De aici rezultă faptul că orice copil trebuie să beneficieze de mijloace generale şi speciale de stimulare a creativității.

Criteriul folosit pentru a diferenția metodele de educare a creativității îl constituie destinatarul căruia i se adresează,

Universitatea SPIRU HARET

preponderent, metodele respective şi care, în principal, sunt personalitatea, procesul sau produsul creativ.

Educaţia creativităţii presupune un moment iniţial, şi anume autoeducaţia ei, adică efortul şi motivaţia fiecărei persoane de a-şi exersa şi dezvolta deschiderea faţă de tot ceea ce înseamnă comportament creator.

7.2.1. *Metode destinate personalităţii creatoare*

În acest caz, acţiunea de educaţie a creativităţii urmăreşte nu doar exersarea subsistemelor psihologice implicate, ci şi personalitatea ca rezultantă integrativă şi armonioasă a lor.

Dintre cele două categorii principale de factori implicaţi în creativitate, cei cognitivi sunt cel mai greu de educat, pentru că ei sunt dependenţi în mare măsură de zestrea nativă. Dar totuşi, imaginaţia (ca una dintre componentele intelectuale majore în creaţie) este mai educabilă decât inteligenţa sau gândirea. În plus, deşi nivelul intelectual prezintă o anume stabilitate încă din adolescenţă, educaţia poate influenţa eficacitatea acestei dimensiuni dacă elevul este antrenat în igiena învăţării, care se referă la diversele strategii de învăţare şi memorare eficientă.

În concluzie, segmentul noncognitiv este mai susceptibil de a fi modelat educaţional. Dar apar şi aici diferenţe: dacă atitudinile, interesele şi motivaţia se dovedesc extrem de influenţabile, nu acelaşi lucru se poate constata în cazul temperamentului.

Pe traseul ontogenetic, permeabilitatea individului uman, indiferent de vârstă, la metodele de stimulare a creativităţii oscilează în funcţie de fazele ciclului de creştere şi dezvoltare pe care le traversează. De aceea este necesar să se determine corect care sunt secvenţele cele mai favorabile în acest sens. Astfel, pornind de la teoria lui G. T. Land, M. Roco (1992) grupează cele patru faze posibile în două categorii:

a. *convergente*, care sunt inapte pentru creaţie (etapa formativă şi cea normativă), pentru că energia psihică este consumată pe obiective rutiniere (cristalizarea identităţii eului şi alinierea la baremurile nivelatoare ale grupului);

b. *divergente*, apte pentru creaţie (etapa integrativă şi transformaţională), energiile sunt reorientate către aspiraţii mai înalte (regăsirea identităţii, nevoia de noutate).

De aici rezultă faptul că orice metodă de antrenament creativ la nivel de eficacitate superioară, trebuie să fie precedată de identificarea fazei de creştere şi dezvoltare în care se află subiectul.

Universitatea SPIRU HARET

Este bine să se discute de o „ecologie psihologică, de epurare şi igienizare a individului de toate stările poluante care pot bruia creația" (Munteanu, 1994) pentru echilibrarea psihică şi pentru a ieşi din cotidian, în scopul instalării într-o stare favorabilă creației. În acest scop, trebuie să utilizăm metode care să domine constructiv stresul, să dilueze la maximum efectele maxime ale distresului şi să valorifice virtuțile stimulative ale eustresului. Stresul se acompaniază de efecte fiziologie şi psihologice, el neputând fi tratat unidimensional, după cum urmează:

a. *consecințe fiziologice*: creşterea tensiunii musculare şi a presiunii sangvine, accelerarea bătăilor inimii, superficializarea respirației, sporirea cantității de zahăr, colesterol şi catecolamine în sânge, diminuarea numărului de leucocite şi anticorpi (de unde vulnerabilitatea la diferite maladii);

b. *consecințe psihologice*: iritabilitate, încordare, anxietate, alterarea încrederii în sine, exacerbarea spiritului critic şi autocritic, toate acestea constituind frâne pentru creație.

Pentru diminuarea sau eliminarea acestor consecințe se pot utiliza diferite metode:

1. *Metodele psihoterapiei*: M. Stein (1975) arată că indiferent dacă funcționează la nivel individual sau de grup, psihoterapia influențează creativitatea în trei direcții:

I. eliberează o creativitate potențială, dar neexprimată încă datorită unor cauze mai mult sau mai puțin obiective;

II. relansează o creativitate manifestă cândva, dar care s-a împotmolit pe traseu;

III. alimentează menținerea în formă optimă a unei creativități active, dar care poate traversa momente de reflux.

Dintre metodele psihoterapiei, menționăm:

1.1. *Metode bazate pe discuția individuală*

Toate terapiile (psihanaliza, comportamentale, cognitive etc) pot fi folosite pentru înlăturarea anxietății, care poate fi inhibitoare, frenatoare pentru creație, în scopul dobândirii unui tonus psihologic tonic şi constructiv.

Terapia cognitivă urmând să corecteze erorile de gândire, precum şi înlocuirea lor cu interpretări mai flexibile şi mai funcționale, constituie o modalitate mai privilegiată de psihoterapie ce se poate adapta uzanțelor creatologiei. Astfel, terapia cognitivă (Beck, 1979, 1985) atrage atenția asupra faptului că evenimentele neplăcute

au efecte nefaste asupra individului, pentru că ele sunt interpretate distorsionat, distorsiuni care pot fi de mai multe feluri:

– *față de sine*: când are loc un deficit de autoevaluare, individul considerându-se incapabil, indezirabil;

– *față de lume*: percepută neospitalieră şi ostilă,

– *față de viitor*: ceea ce se converteşte în atitudini defetiste şi pesimism.

1.2. *Psihoterapiile de grup*: apariția terapiilor de grup a demonstrat calitățile curative şi formative ale grupului. Efectele benefice ale grupului vizează atât colectivul privit ca un rezultat sintetic al interacțiunilor aferente, cât şi fiecare individ luat separat. Fiind o societate în miniatură, grupul poate exersa şi o serie de comportamente necesare vieții reale, inclusiv cele de tip creativ. Prin intermediul cuvântului, gesticii şi mimicii, în interiorul grupului individul poate experimenta ipostaza alterității (a celuilalt), ceea ce îl stimulează să-şi recreeze imaginea de sine.

Dintre metodele de psihoterapie de grup care pot servi creativitatea amintim:

1.2.1. *Psihodrama*: apărută în deceniul trei al secolului XX, la inițiativa lui J.L. Moreno, îşi propune asimilarea de către individ într-o ambianță ludică, a unor tehnici de viață, roluri, abilități, comportamente, cu destinație extrem de diversă (inclusiv creativă). Pe lângă cuvânt, psihodrama valorifică şi latura gestico-mimico-verbală pentru a elibera şi proiecta în afară toate energiile reprimate. Indiferent de personajul interpretat, scopul final al psihodramei este de a regăsi şi sluji autenticitatea Eului.

Tehnicile psihodramei sunt:

a. *jocul de rol*: este o modalitate privilegiată de a dobândi o «realitate suplimentară», întrucât individul este invitat să interpreteze un personaj de care se teme (părinte, medic etc) în scopul diminuării sau chiar disparitiei acelor temeri şi inhibiții;

b. *inversarea rolului*: subiectul trebuie să se transpună în ipostaza altui personaj din anturajul său imediat ceea ce duce retuşarea imaginii despre celălalt şi, implicit la înlăturarea problemelor din relația respectivă;

c. *tehnica oglinzii*: se aplică persoanelor care sunt incapabile de a interpreta propriul personaj, sarcină care este preluată de altcineva, adică de un Eu auxiliar. Această tehnică are mai multe variante:

– *varianta dublului multiplu*: când personalitatea subiectului este jucată de mai mulți actori, fiecare evocând o altă fațetă a ei;

Universitatea SPIRU HARET

– *tehnica televizorului*, în care subiectul îşi urmăreşte pe ecran filmul propriului său ego;

d. *solilocviul*: este un monolog al individului care dublează, în surdină, varianta oficială, comercială a gândurilor şi sentimentelor sale, în scopul exteriorizării tonalității lor tainice.

M. Stein (1975) apreciază că dintre toate aceste tehnici jocul de rol poate fi folosit cel mai bine pentru uzul creativității.

1.2.2. *Metoda marionetelor*: M. Rambert, Zullinger (apud Munteanu, 1994) este o metodă similară cu psihodrama, dar în acest caz transpunerea în rol a subiectului este mult mai uşoară, întrucât se realizează mediat, prin intermediul marionetelor.

1.3. *Metode de valorificare a calităților ambianței fizice şi interpersonale*

Sunt metode de armonizare lăuntrică care pot favoriza creativitatea, fie valorificând calitățile mediului ambiant (lumină, culoare, sunete etc.) prin luminoterapie (inițiată în S.U.A. în 1984), cromoterapie, muzicoterapie, fie antrenând individul în activități cu dublă finalitate, atât curativă cât şi formativă, cum sunt: ergoterapia, artterapia, psihoterapiile ludice etc.

Hilaroterapia (tehnică sofrologică utilizată în grup): R. Moody (1978) arată faptul că râsul constituie un excelent factor regenerator atât pe plan fiziologic, cât şi psihologic. Consecințele fiziologice ale umorului, verificate experimental, sunt:

– relaxarea tensiunii musculare şi eliberarea surplusului de energie;

– activarea diafragmei;

– modificarea pozitivă a chimismului sangvin.

Consecințele psihologice sunt:

– contracararea stărilor emoționale negative (mânia, ura, dorința de răzbunare);

– potențarea forței expresive a gândurilor şi sentimentelor (foarte important pentru creativitate).

1.4. *Metode de relaxare*

Starea de relaxare condiționează eficacitatea oricărei acțiuni umane, dar are o rezonanță particulară în activitatea creativă.

G. Dobbelare (apud Percek, 1992) propune o sistematizare a metodelor de relaxare în trei mari categorii:

a. psihologice (E. Kretschmer, Stokvis, J. H.Schultz, J. de Ajuriaguerra);

b. psiho-fiziologice (E. Jacobson, M. Jarreau, R. Klotz);

Universitatea SPIRU HARET

c. preponderent fiziologice (Gerda-Alexander, Aigenger);

Relaxarea, fiind o stare crepusculară a psihicului între starea de veghe şi somn, stimulează accesul la nivelul inconştientului, administrând mai adecvat funcţiile emisferei cerebrale drepte. Metodele de relaxare sunt utile creativităţii pentru că:

1. ajută la igienizarea psihicului de trăirile indezirabile cauzate de impasuri existenţiale diverse, dar, mai ales, ajută la mobilizarea unor energii latente care se pot exprima numai în această stare;

2. funcţiile emisferei drepte sunt mai performante în stare de relaxare, completând activitatea emisferei stângi.

Caracterul fructuos al colaborării celor două emisfere a fost probat de sugestopedia lui G. Lozanov (1980), mai ales pentru învăţarea limbilor străine. Sugestopedia are la bază trei principii fundamentale:

1. eliminarea tensiunii din procesul de învăţământ;
2. unitatea conştient - inconştient;
3. interacţiunea sugestivă.

Sofrologia propune, la rândul ei exerciţii prin care sunt exersate capacităţile individului de a-şi mobiliza funcţiile ambelor emisfere ale creierului folosind canalele senzoriale.

Starea de relaxare este utilă creativităţii şi pentru că oferă premise pentru buna funcţionare a programării pozitive (S. Zambrowski-Moreno, 1989): inconştientul nostru stochează trăirile şi experienţele noastre şi, de aceea, programându-l pozitiv, putem reorienta şi canaliza resursele sale imense în sensul dorinţelor şi proiectelor noastre, mai mari sau mai mici. Prin relaxare are loc diminuarea sau atrofierea simţului critic, care este inhibitor pentru creativitate.

Trainingul autogen (J.H. Schulz, 1926-1932) poate fi o metodă foarte utilă în înlăturarea surmenajului şi a insomniei, a depresiei, anxietăţii şi complexelor, pregătind un teren favorabil pentru mobilizarea în sens creativ, a potenţelor umane.

Biofeedback-ul sugerează posibilitatea de a controla constant acele funcţii ale organismului care sunt coordonate de sistemul nervos vegetativ. Precursorii acestui curent sunt: P.K. Anohin (1935), Şt. Odobleja (1938), A. Rosenblueth, N. Wiener şi J. Bigelow (1943). Prin biofeedback se exercită un control edificator asupra prezenţei stării de relaxare, urmărind trei indicatori cuantificabili: tensiunea musculară, temperatura cutanată şi ritmul EEG alpha. Pe scurt, se pune problema detectării momentelor alpha care evocă nu numai prezenţa relaxării ci şi plonjarea într-o stare favorabilă creativităţii, pe care D. Green (1971) o denumea «de reverie hipnagogică».

Universitatea SPIRU HARET

2. *Metodele sugestive*

G. Lozanov, creatorul sugestologiei (1978), se referea la sugestie ca fenomen relațional, deosebit de complex, cu o dublă natură: psihologică şi fiziologică. Ea funcționează ca un sistem unitar şi armonios, în care orice disociere dintre sugestor şi sugestionat, dintre individ şi mediu, dintre conştient şi inconştient, dintre trecut, prezent şi viitor, dintre real şi posibil, poate pune în pericol coeziunea întregului.

Consecințele benefice ale sugestiei:

1. capacitatea sugestiei de a controla fluxul torențial de informații existent astăzi în lume;

2. mobilizarea potențelor umane de rezervă, stocate în inconştient.

Sugestia şi autosugestia pot funcționa cu eficacitate, când activitatea cerebrală se găseşte în registrul alpha. S-a constatat că fenomene cum sunt sugestia, hipnoza, creativitatea converg către teritoriul mental caracterizat prin unde lente, de relaxare, în care are loc o ardere interioară, pentru că nu este abolită total conştiința, existând şi o colaborare cu inconştientul. Această stare a primit următoarele denumiri: „fază paradoxală" (Pavlov); „reverie hiopnagogică" (E.J.Green, 1971), „relaxare trează" (C.Martindale, 1981), „veghe pasivă" (C.de Lagrave), „psihopasivitate" sau „psihorelaxare con-centrată" (G.Lozanov, 1971), „concentrare agreabilă" (J.Lerède, 1987).

Starea de alphagenie nu este suficientă pentru a optimiza acțiunea sugestiei, ci este nevoie de învingerea barierelor antisugestive, precum şi a sugestiilor negative (conform sugestologiei).

Barierele sugestive care blochează creativitatea pot fi de mai multe tipuri:

1. intelectuale: exacerbarea spiritului critic;

2. emoționale: neîncredere, insecuritate;

3. etice: canoane morale prea rigide.

Sugestiile negative au o etiologie socială, de exemplu, individul crede că nu este destul de inteligent, frumos, puternic, norocos etc.

Sugestia comportă două fațete: desugestivă şi sugestivă, ceea ce înseamnă că mai întâi se realizează o igienă prin înlăturarea tuturor agenților poluanți, limitativi, pentru ca apoi să se monteze pârghii pozitive.

Dintre metodele sugestive, care pot fi folosite pentru dezvoltarea potențialului creativ amintim:

2.1. *Sugestopedia*: reprezintă o aplicare a sugestologiei în învățământ, ea şi-a demonstrat pe deplin oportunitatea mai ales în

Universitatea SPIRU HARET

domeniul limbilor străine. Sugestopedia îşi propune să capteze şi să valorifice, în beneficiul învățării, o parte din forțele latente, depozitate în inconştient.

Sugestopedia se întemeiază pe trei principii fundamentale:

1. cultivarea bucuriei şi absența tensiunii în procesul didactic;

2. realizarea unei cooperări fructuoase între conştient – inconştient, ceea ce presupune valorificarea ființei umane în integralitatea potențelor sale (raționale şi afective), ceea ce duce la reabilitarea funcțiilor neglijate ale emisferei drepte;

3. interacțiunea sugestivă, ce postulează ca învățarea să se realizeze totdeauna la nivelul rezervelor personalității; între profesor şi elev trebuie să se instituie raporturi de confidență şi respect mutual, cu înlăturarea oricărei atitudini violente, imperative din partea profesorului.

Tehnici ale sugestopediei:

1. *infantilizarea*: se referă la evadarea din universul plin de prejudecăți, pentru a regăsi spontaneitatea şi naturalețea specifice copilăriei. Ea se realizează prin situația de grup şi utilizarea masivă a mijloacelor artistice.

2. *schimbarea identității*: este un procedeu preluat din psihodramă care presupune schimbarea statutului social al fiecărui participant, prin atribuirea unui nou nume şi adrese noi, precum şi a unei profesii valorizante. Astfel, sunt înlăturate timiditățile, restricțiile care aparțin personajului real, pentru a da liber decenzurării şi libertății de expresie.

3. *pseudopasivitatea* (emisie de unde alpha) se concretizează printr-o îmbinare dintre relaxare şi concentrare, într-o totală destindere a funcțiilor conştiente, în care tensiunea şi oboseala au dispărut, şi în care se desfăşoară de fapt o activitate extrem de intensă. Aceasta se realizează atât prin calitățile nonverbale ale dascălului, de utilizare a infantilizării, cât şi a unui anume fond muzical. Efectele ei sunt: activarea tuturor proceselor intelectuale, (inclusiv o hipermnezie), stimularea creativității şi o înflorire a întregii personalități.

De exemplu, pentru însuşirea primului nivel al unei limbi străine durata cursurilor este de aproximativ patru săptămâni, cu câte patru ore pe zi, la sfârşitul cărora individul dispune de aproximativ 2000 cuvinte, suficiente pentru a se descurca în limba respectivă. Are trei secvențe esențiale: presesiunea, sesiunea şi postsesiunea. Dintre cele trei secvențe, sesiunea conține doza cea mai mare de originalitate, întrucât ea se desfăşoară pe fond muzical: în primele 40 de minute, o piesă simfonică, lirică, de factură romantică, destinată activării emisferei drepte, iar în ultimele 10 minute, o bucată simfonică mai

austeră, mai intelectualizată, care se adresează emisferei stângi. Pentru a nu decupla emisfera dreaptă, în ultimele minute, elevii sunt puşi să se abandoneze într-o postură total relaxată, cu capul sprijinit confortabil în fotoliu şi cu ochii închişi, pentru a asculta lectura profesorului.

Sugestopedia, prin mobilizarea rezervelor, provoacă o autentică ecloziune a personalității, inclusiv fertilizarea potențialului creativ.

2.2. *Metoda sofronică* (sofrologică)

Reprezintă aplicarea în practică a *sofrologiei*, orientare care aspiră spre o nouă filosofie de viață, cu ample rezonanțe asupra existenței omului contemporan. Paternitatea sofrologiei aparține psihiatrului columbian A. Caycedo (1960). Etimologic, sofrologia desemnează *ştiința armonizării conştiinței.* Sofrologia urmăreşte stabilirea unui nou echilibru între toate cele trei instanțe majore ale omului: trup, mental şi spirit.

Prin tehnici speciale, sofrologia are ca scop dobândirea unei stări deosebite de conştiință, aflată în spațiul dintre veghe şi somn, conştiința sofroliminală (sofronică), instalată pe fondul undelor tetha, la aproximativ 6 cicli/secundă.

Metodele sofrologiei pot fi grupate în două categorii:

1. *verbale*: training autogen Schultz; trainingul autogen modificat (TRAM); metoda celor trei grade de relaxare dinamică (R.D.); transterpsihoterapie (T.T.T.); hipnoză;

2. *neverbale*: bioenergie; masaje diverse, masaj perceptiv (F. de Rivage); vibrații japoneze; sunetele circulare ale lui J. Feijoo; ritmuri muzicale diverse (jazz, muzică indiană); dans monoton (codificat).

Sofronizarea presupune, ca pe un moment indispensabil, inducerea progresivă a relaxării musculare, învățarea unei respirații corecte (abdominală) prin care se poate obține o energie suplimentară pentru creier.

Prin metoda sofrologică se programează pozitiv zona abisală, fie prin intermediul cuvântului, fie prin intermediul imaginii. Momentele indispensabile programării pozitive a inconştientului, pe cale verbală, sunt:

– definirea clară a scopului urmărit;

– conceperea în scris a unei fraze scurte care să exprime acest scop, utilizând timpul prezent şi apelând la termeni afirmativi;

– repetarea zilnică, de preferință cu voce tare, a acestei fraze stereotipe.

Efectele apar după 21 de zile.

Tehnicile sofrologiei pot fi adaptate în scopul stimulării potențialului creativ atât prin controlul şi anihilarea blocajelor provocate de

Universitatea SPIRU HARET

stres, cât şi prin întronarea unor stări favorabile creaţiei, ca optimismul, încrederea în sine, dinamismul etc.

2.3. *Controlul mental Silva*

Este o metodă elaborată după 1960 de către americanul J. Silva şi îşi propune o programare a propriului creier, în sensul dorit de fiecare dintre noi. Metoda presupune valorificarea în registrul alpha, a forţelor latente, preţioase, pentru fortificarea generală a persoanei în confruntarea cu obstacolele vieţii.

Fiind o metodă de reprogramare a creierului bazată pe sugestie, şi mai ales pe autosugestie, poate fi ajustată şi în scopul ameliorării comportamentului creativ. Controlul mental poate conduce la stimularea potenţelor creatoare, prin: a) administrarea în starea alpha a unor sugestii pozitive de tipul „Sunt stăpân pe mine, îndrăzneţ, cooperant, mai puţin critic, mai inventiv, mai eficient"; b) vizualizarea, cu anticipaţie, a felului cum vrei să devii tu însuţi, sau cum doreşti să se rezolve o anumită problemă.

J. Silva este de părere că vizualizarea este o veritabilă cheie a succesului, prin care adresezi o rugăminte propriului calculator (creierul), pentru a-ţi transforma dorinţele în realităţi.

2.4. *Hipnoterapia*

Hipnoza este o stare modificată de conştiinţă obţinută pe cale artificială ce poate fi vizualizată prin traseul alpha al undelor cerebrale. (I. Holdevici, I.P. Vasilescu, 1991). Hipnoza poate fi utilizată atât în igienizarea psihicului de gândurile limitative, inhibante, cât şi în substituirea lor cu o serie de inducţii pozitive.

Dintre efectele hipnozei, cel puţin două, hipermnezia şi sugestia posthipnotică, pot fi utile pentru stimularea creativităţii. Consecinţele posthipnotice ale sugestiei pot contribui la eradicarea unor stări sau obişnuinţe negative, dar pot contribui şi la implantarea unor abilităţi şi caracteristici utile pentru activitatea creatoare.

Hipnoterapia poate contribui la educarea creativităţii prin posibilitatea de a introduce o serie de atitudini indispensabile creaţiei:

– încrederea în forţele proprii;
– nonconformism;
– capacitate de risc;
– perseverenţă în muncă;
– rezistenţă la efort;
– influenţarea capacităţilor intelectuale (concentrarea atenţiei, memoria, limbajul, gândirea, etc).

Universitatea SPIRU HARET

Se mai poate utiliza şi autohipnoza, care se însoţeşte de efecte similare cu ale sugestiei şi hipnozei, cu avantajul că individul nu mai trebuie să apeleze la serviciile unui specialist. Exemple de comenzi care pot fi administrate în şedinţele de autohipnoză:

„sunt echilibrat, eficient, generos şi merit să reuşesc în viaţă”;

„cu fiecare zi semăn tot mai mult cu ceea ce doresc să fiu”;

„sunt calm, fericit, cu încredere în forţele mele”;

„corpul meu este în întregime sănătos”;

„mintea mea funcţionează perfect, şi găsesc în mine resurse creative noi”.

Louise L. Hay (1992) a trecut în revistă câteva principii fundamentale de viaţă care se constituie într-un decalog ce poate constitui, pentru oricine, nu numai un motiv de meditaţie, ci şi un punct de reper, un imbold pentru un nou stil de viaţă:

„suntem pe deplin responsabili de toate experienţele noastre”;

„oricare gând ne creează viitorul”;

„forţa noastră rezidă întotdeauna din momentul prezent”;

„pentru a ne debarasa de trecut trebuie să ştim a ierta”;

„resentimentele, critica şi culpabilitatea sunt principalele surse ale problemelor noastre”;

„stima de sine deschide numeroase porţi”;

„refuzaţi gândurile limitative”;

„copilul care renunţă de la prima lui cădere, nu va învăţa să meargă niciodată”;

„avem forţa şi autoritatea necesară pentru a domina propria noastră lume”;

„porţile cunoaşterii şi ale înţelepciunii sunt întotdeauna deschise”.

Întrucât există tendinţa de suprasolicitare a creatorului, sănătatea şi robusteţea fizică, acompaniată de echilibru, forţă şi rezistenţă psihologică în faţa dificultăţilor şi capacităţilor inerente creaţiei, fac parte dintre premisele creaţiei.

7.2.2. *Metode destinate produsului creator*

Acestea pot fi grupate în două categorii: metode imaginative (intuitive, psihologice) şi metode raţionale (analitice)

1. *Metode imaginative*

1.1. *Brainstormingul*: a fost concepută de A.F. Osborn în 1938 pentru eficientizarea şedinţelor de afaceri. Principiile acestei tehnici se regăsesc în budismul Zen. Este cea mai folosită metodă de stimulare a

Universitatea SPIRU HARET

creativităţii în grup. Specificul ei rezidă în sciziunea care se operează între etapa de elaborare a ideilor şi cea de evaluare a lor.

Şedinţele de brainstorming se bazează pe două principii care se materializează în patru reguli:

1. *amânarea judecăţii*, care semnifică pentru participant o deplină decenzurare, care îi dă posibilitatea de a emite legat de problema în cauză orice idee;

2. *cantitatea creşte calitatea*, principiu de inspiraţie asociaţionistă, conform căruia, pentru a ajunge la idei viabile şi inedite, este necesară o productivitate ideativă cât mai mare, deoarece orice flux mental demarează, de regulă, sub o amprentă rutinieră, prozaică.

Regulile pentru perioada de emisie a ideilor:

1. suspendarea oricărui gen de criticism;
2. manifestarea impetuoasă a imaginaţiei;
3. stimularea unui debit ideativ cât mai mare;
4. preluarea ideilor emise de alţii şi fructificarea lor prin ajustări succesive, ca într-o reacţie în lanţ.

Grupul brainstorming cuprinde între 2-12 participanţi, un conducător sau asociat, un secretar, 5 membri permanenţi şi 5 membri noi.

Etapa producţiei de idei: durează între 15-45 de minute, optim 30 de minute şi presupune următoarele exigenţe:

- statut social comparabil între participanţi;
- implicarea lor benevolă şi în cunoştinţă de cauză;
- relaţii amiabile între membri;

Conducătorul trebuie să aibă experienţă în domeniu şi să posede suficientă inspiraţie şi abilitate.

Scenariul de desfăşurare: cu 2 zile înainte se precizează ziua, ora, locul de desfăşurare, un rezumat succint asupra problemei care va fi discutată, făcându-se şi câteva exemplificări asupra ideilor.

O activitate eficientă începe cu prezentarea clară a problemei, precizarea principiilor şi regulilor aferente (pe un tabel, pe perete).

Etapele brainstormingului:

I. *Etapa luminii verzi*

– secretarul consemnează, cu fidelitate, fără restricţii, ideile formulate de participanţi;

– se recomandă formularea clară şi concisă a ideilor;

– când apare „tandemul” (o idee, prin ricoşare, declanşează pe cale asociativă o nouă idee altui coechipier), acesta are prioritate în intervenţie, lucru care trebuie semnalat prin trosnirea degetelor;

Universitatea SPIRU HARET

– unii autori recomandă să i se acorde prin rotaţie cuvântul fiecărui participant, pentru a nu monopoliza discuţia.

Rolul conducătorului de grup poate fi delimitat prin următoarele atribuţii:

– încurajarea prin fraze adecvate;

– orice intervenţie inhibitoare este sancţionată printr-un clopoţel; la trei asemenea greşeli persoana părăseşte şedinţa;

– când ritmul activităţii se blochează conducătorul propune propriile sale idei sau foloseşte strategii stimulative (de exemplu lista interogativă a lui Osborn).

II. *Etapa luminii roşii*

În această etapă animatorul verifică lista ideilor, le clasifică şi apoi sunt studiate de către experţi, fiind reţinute cele mai viabile. Dacă numărul lor este de aproximativ 10-15% din totalul celor obţinute se poate considera că a fost o şedinţă de succes. Lista ideilor acceptate este multiplicată şi distribuită fiecărui participant, iar un exemplar este reţinut de Banca de idei a grupului.

Tentative de perfecţionare a metodei aparţin lui M. D. Dunnette şi colab. (1963), care recomandau o strategie mixtă în care situaţia de grup organizată prin brainstorming să se completeze obligatoriu cu o fază individuală, care să preîntâmpine o anume plafonare a activităţii grupului.

Aplicabilitatea brainstormingulului poate fi descrisă în domeniile:

– producţie

– cercetare

– învăţământ (ore de dirigenţie, cercuri de specialitate, etc).

1.2. *Sinectica*

A fost elaborată de W. J. J. Gordon în 1944. Etimologic sinectica sugerează un proces de îmbinare a unor elemente separate.

Sinectica se aseamănă cu brainstormingul prin exploatarea, în profitul creativităţii, a mecanismelor inconştiente şi mai ales a celor preconştiente.

Diferenţe faţă de brainstorming:

– obiectivul propus nu se rezumă doar la găsirea soluţiei la problemă, ci se accede mai departe, ceea ce determină apariţia unor faze suplimentare: elaborarea modelului, experimentarea acestuia, prospectarea pieţei;

– se aplică doar în situaţia de grup;

Universitatea SPIRU HARET

– este o metodă calitativă, întrucât se elaborează o singură idee (soluție), care apoi se fasonează de-a lungul itinerariului sinectic;
– grupul sinectic este stabil ca structură şi eterogen în ceea ce priveşte formația şi experiența profesională a participanților.

Principii în organizarea unei şedințe de sinectică:
1. transformarea straniului (a ceea ce este necunoscut) în familiar (accesibil);
2. transformarea familiarului în straniu, adică distanțarea de problemă, reconstituirea ei dintr-o perspectivă neuzuală.

Caracteristicile grupului sinectic:
– reuneşte 5-7 membri şi 2 lideri: unul cu atribuții strict organizatorice şi unul pentru coordonarea şedințelor;
– durata unei şedințe este de 2-3- ore.

Condiții care trebuie respectate:
– participanții să difere ca formație profesională, şi să aibă un spectru larg de interese, pentru a constitui o premisă a plasticității mentale;
– vârsta participanților trebuie să se plaseze între 25-40 de ani, perioadă în care este acumulată experiența de viață şi, în plus, nu există eroziuni importante în plan spiritual;
– pentru pigmentarea şi dinamizarea suplimentară a şedințelor se cooptează o persoană cu o cultură de tip enciclopedic.
Etape:
I. PAG (*problem as given*): animatorul prezintă tema aşa cum este, cu detalii;
II. PAU (*problem as understood*): grupul redefineşte problema aşa cum a înțeles-o, ceea ce înseamnă transpunerea straniului în familiar;
III. transformarea familiarului în straniu, îndepărtarea de problemă pentru a o regândi din acest punct de vedere;
IV. revenirea la problemă, ceea ce a fost straniu este reconvertit în familiar. Această etapă presupune o explicitare a soluției în termeni clari, accesibili.
Pentru ultimele trei etape („excursia sinectică” propriu-zisă) se utilizează strategii euristice cum ar fi:
1. *analogia şi evaluarea* reprezintă transferarea de însuşiri de la un lucru la altul (V. Belous, 1990);
2. *inversiunea* constituie procedeul prin care se urmăreşte găsirea unei soluții noi prin abordarea inversă a problemei; se folosesc întrebări de tipul: „Care sunt elementele opuse ?”, „Ce se întâmplă

Universitatea SPIRU HARET

dacă se începe cu sfârşitul ?", „Dacă se înlocuieşte orizontalul cu verticalul, pozitivul cu negativul, partea de sus cu cea de jos ?";

3. *empatia*: este procedeul de transpunere, fără identificarea creatorului cu obiectul sau fenomenul în cauză, pentru a-l aborda din această perspectivă, pentru soluţionarea problemei.

Sinectica foloseşte mai ales analogii (metafore). Pentru formularea analogiilor, liderul adresează membrilor grupului întrebări evocatoare. Există 4 tipuri de analogii:

1. *analogia directă*: se apelează la cunoştinţe din alt domeniu cunoscut. A.G. Bell, folosind analogia directă cu urechea umană, a descoperit telefonul;

2. *analogia personală* (empatia) constă în substituirea problemei sau a unui element al ei, pentru a acţiona în această nouă ipostază;

3. *analogia simbolică* constă în substituirea obiectului problematic cu o imagine poetică inedită, care are o valoare strict estetică;

4. *analogia fantezistă* face apel la soluţii şocante, trăsnite, pentru rezolvarea temei.

Michel de Mot (*apud* Moraru, 1994) arată că sinectica se bazează pe câteva principii:

1. procesul de creaţie presupune o serie de faze;

2. cunoscând stările psihice ale creatorului şi fazele creatorului, putem contribui la amplificarea capacităţii sale creative, individuale sau de grup;

3. între creaţia artistică şi cea ştiinţifică nu sunt deosebiri fundamentale;

4. aceleaşi legi generează atât creaţia individuală cât şi cea de grup;

5. fenomenele emoţionale şi iraţionale sunt mai importante decât cele intelectuale şi raţionale;

6. sinectica promovează un anumit gen de metafore în stare să genereze analogii şi să declanşeze intuiţii;

7. sinectica recomandă inventatorului şi contexte metodologice şi, provizoriu, o anumită lege sau sistem de legi;

8. la sfârşit se face o selecţie a ideilor, materializarea ideii noi şi originale revenind specialistului în problema căutată.

Aplicabilitatea sinecticii:

– domeniul tehnico-ştiinţific;

– şcoală (principiile şi tehnicile ei se pot folosi în cadrul orelor).

M. Roco (1985) a experimentat în unităţi de cercetare şi producţie principii ale brainstormingului şi ale sinecticii. Sinectica a inspirat şi metoda cercetărilor analogice iniţiată de J. P. Sol, care se bazează mai ales pe utilizarea analogiilor directe.

Universitatea SPIRU HARET

Inventica este o metodă de elaborare a unor idei noi pe baza unei interpretări interdisciplinare (matematică, fizică, biologie). Etapele acestei metode sunt:

1. fragmentarea obiectului şi utilizarea lui în forme noi;
2. obţinerea unor aspecte sau idei originale prin combinări, permutări, aranjamente şi alte procedee matematice.

Indicaţii utile în creaţia individuală sau de grup (Stoica, 1996):

1. determinaţi toate aspectele problemei;
2. selecţionaţi subproblemele atacate;
3. fixaţi-vă datele utile;
4. selecţionaţi cele mai bune surse pentru culegerea tuturor datelor;
5. imaginaţi-vă toate ideile posibile;
6. daţi curs liber imaginaţiei voastre, nu cenzuraţi ideile, dar notaţi-le imediat ce vă vin în minte;
7. selecţionaţi ideile cele mai apte de a vă conduce la soluţie;
8. imaginaţi-vă toate mijloacele de control posibile şi alegeţi pe cele mai practice;
9. imaginaţi-vă toate contingentele posibile;
10. alegeţi soluţia finală şi evaluaţi consecinţele aplicării ei.

1.3. *Metoda Philips 6-6*

Este un fel de blitz-brainstorming (V. Belous, 1985). Ea a fost iniţiată de J. D. Philips. Avantajul acestei metode constă în faptul că se poate practica în grupuri mai mari de 30-50 de persoane, cu formaţie diversă.

Etape:

1. grupul se împarte în subgrupe de 6 membri cu câte un lider;
2. coordonatorul general difuzează, în scris, problema fiecărei subgrupe;
3. dezbaterea problemei durează 6 minute, după care animatorul fiecărui subgrup prezintă un raport asupra punctelor de vedere adoptate;
4. sinteza ideilor este făcută de liderul general sau de cei subordonaţi, care vor decide asupra celei mai viabile alternative, din câte au fost propuse

Avantaje:

1. este rapidă: necesită doar 4 minute pentru organizare, 6 minute pentru dezbaterile propriu-zise şi 2 minute pentru colectarea deciziilor emise de fiecare grup;
2. realizează o fericită conlucrare între gestaţia creativă individuală şi cea de grup.

Universitatea SPIRU HARET

1.4. *Discuția Panel*

Din punct de vedere etimologic, în engleză *panel* semnifică „listă fixă de nume”. Un animator prezidează ședința în care este discutată problema de către „eșantionul panel”, un grup de 5-7- persoane competente în problema respectivă. Auditoriul ascultă în tăcere, intervenind doar cu mesaje scrise pe cartoane de culori diferite (verde pentru întrebări, albastru pentru sentimente, maro pentru informații). Periodic o persoană strânge aceste cartonașe pe care le prezintă publicului la momentul oportun; după aceste prezentări, panelul reia discuția, în funcție de pistele noi apărute.

Pentru soluționarea problemei, la sfârșit poate fi implicat și auditoriul. În final organizatorul reuniunii, împreună cu panelul, centralizează ideile cele mai fertile.

Avantajul metodei este acela că activitatea creatoare a grupului este precedată de o etapă de încălzire într-un cadru organizatoric, care poate fi un reper solid și autorizat.

1.5. *Metoda 6-3-5*

Caracteristicile metodei:

– metoda operează în cadrul unui grup de 6 persoane;

– liderul prezintă tema;

– fiecare membru răspunde în scris prin 3 soluții (menționate în câte o coloană distinctă);

– fiecare participant trece vecinului din dreapta foaia cu propriile propuneri, preluând, la rândul său foaia cu soluțiile coechipierului din stânga pentru a face completări, retușuri, precizări eventuale;

– rotirea se face de 5 ori, până ce ideile emise de oricare membru al grupului sunt văzute de toți ceilalți;

– la sfârșit, animatorul sintetizează cele mai bune propuneri și le transmite forurilor interesate;

1.6. *Metoda Delphi*

A fost elaborată de O. Helmer (1964-1965) și se bazează pe tehnica consultărilor reciproce între participanți (ca și la 6-3-5).

Caracteristicile metodei:

– un grup de experți elaborează un chestionar cu tema în discuție, care este trimis unor specialiști autorizați în domeniu;

– fiecare răspunde pe cont propriu, într-un interval de timp dinainte stabilit;

– se colectează răspunsurile și chestionarele sunt redistribuite acelorași persoane, fiind însoțite și de răspunsurile nenominalizate ale celorlalți participanți;

Universitatea SPIRU HARET

– datorită fenomenului Condorcet, răspunsurile care diferă prea mult de majoritatea celorlalte, vor fi retuşate şi ajustate;

– după primirea unui nou set de răspunsuri, consultarea se repetă după acelaşi ritual.

Pentru că la fiecare ciclu se elimină treptat ideile care se abat de la medie, circuitul se încheie când se stabilizează răspunsurile (când măcar 50% din participanți ajung la consens). Materialul acumulat se prezintă comisiei de apreciere, care va face o sinteză a soluțiilor date.

Critica acestei metode constă în faptul că are tendința de a realiza o domesticire a răspunsurilor neuzuale, însă soluțiile adoptate sunt realiste şi pertinente, ceea ce le asigură o rapidă aplicabilitate.

1.7. *Metoda Frisco*

Se bazează pe principiul brainstormingului regizat, în sensul că moderatorul atribuie fiecărui participant câte un rol care să-i acopere o anumită dimensiune a personalității. În consecință, pot apărea următoarele tipuri de personaje:

1. *Tradiționalul*: este exponentul structurilor vechi, rol atribuit celei mai vârstnice persoane din grup. El relevă cu luciditate principalele neajunsuri;

2. *Exuberantul* se comportă dezinvolt, furnizând cele mai îndrăznețe idei care-i vin în minte. Este ales dintre persoanele tinere şi charismatice;

3. *Pesimistul*, criticul prin vocație, care demolează orice abatere de la traseele cunoscute, confundând cutezanța cu excentricitatea desuetă. Este un specialist dintr-un domeniu apropiat;

4. *Optimistul* promovează un realism riguros, obiectiv, manifestând adeziune pentru atitudinea entuziastă a exuberantului, dar desolidarizându-se de cea a pesimistului;

În cadrul acestei metode se folosesc două metode de lucru (Verrone, 1983):

1. *echipa de investigare*: formată din 12-15 persoane (diferite prin vârstă şi competență) care abordează problema clasic, insistând pe sublinierea elementelor vulnerabile;

2. *echipa de creație propriu-zisă*: formată din 5-6 experți, superior calificați, care aduc ameliorări inedite unei „lipse de control” pe care a elaborat-o prima echipă. Această listă este un chestionar prin care se urmăreşte orientarea grupului de creație către o anumită arie tematică, dar şi elucidarea unor probleme. El trebuie să îndeplinească o serie de exigențe:

– ordinea întrebărilor să respecte condițiile unui bun chestionar;

Universitatea SPIRU HARET

– întrebările să nu fie ambigue sau imperative;
– răspunsurile să fie laconice, în termeni de „da” sau „nu”, cifre etc.;
– volumul de informaţii vehiculat să fie rezonabil;
– întrebările să nu solicite decât cunoştinţele deţinute de grup;

Etape:
– distribuirea rolurilor;
– iniţial există o ordine de luare a cuvântului: tradiţionalistul, exuberantul, pesimistul, optimistul;
– evoluţia discuţiilor este influenţată de evoluţia fiecărui membru;
– animatorul antrenează echitabil toţi participanţii, având grijă ca fiecare membru să-şi păstreze şi onoreze rolul pe care l-a primit;

În concluzie, toate metodele imaginative (intuitive) menţionate până acum au următoarele roluri:

1. dinamizarea şi eficientizarea activităţii de obţinere a unui produs creativ;
2. eliminarea unor blocaje psihologice ale creatorului.

B. *Metode raţionale* (analitice)

1. *Metoda listelor*

A fost iniţiată în 1932 de R. Crawford prin aşa numita listă a atributelor. În esenţă, presupune descompunerea minuţioasă a problemei de rezolvat, în scopul analizării fiecărui element astfel obţinut.

A. Osborn a creat lista interogativă care-i poartă numele şi care propune o serie de întrebări stimulative pentru debitul creativ, grupate pe 9 categorii: alte utilizări, adaptare, modificare, mărire, combinare, micşorare, înlocuire, reorganizare şi inversare. Această listă este utilizată în şedinţele de brainstorming, atunci când discuţiile trenează.

M. S. Allen (1962) a creat „liste de relaţionare forţată” prin care se pot obţine idei inedite, prin asocierea unor elemente diverse care nu au legătură între ele. Tehnicile de relaţionare pot fi de mai multe feluri

1. fiecare item din coloana întâi se asociază cu toţi itemii din coloana a doua;
2. obiectul, calitatea, ideea pe care vrem să o ameliorăm se asociază cu termeni aleşi aleator dintr-o carte, dicţionar etc., sau cu orice altceva din mediul exterior.

2. *Metodele matriciale*

Pot fi utilizate pentru studiul unor fenomene diverse: sociale, psihologice, ecologice, industriale. Intersectând două sau mai multe liste, atât pe verticală cât şi pe orizontală, obţinem ceea ce se numeşte o matrice simplă. În funcţie de numărul dimensiunilor implicate există matrici bi, tri sau multidimensionale. De exemplu, matricea tridimensională utilizată de J.P. Guilford pentru descifrarea structurii intelectului.

Universitatea SPIRU HARET

Metodele matriciale stimulează efectuarea unor asociații inedite şi eficiente, care în general se pierd.

Aşadar, educarea creativității depinde de totalitatea relațiilor sociale în care este angrenat individul. De aici rezultă faptul că dezvoltarea unui comportament creativ nu se poate realiza numai prin acțiunea unui factor izolat, ci presupune racordarea la circuitul creativității, a întregii ambianțe în care trăieşte ființa umană.

Dezvoltarea creativității trebuie să înceapă de la cea mai fragedă vârstă şi să continue şi după şcolaritate.

Activarea creativității nu este corelată automat cu maturizarea cronologică, ci presupune o intervenţie specială, timpurie şi longevivă, orice educator (părinte, dascăl) trebuie să-şi asume cu maximă responsabilitate şi pertinență această misiune.

Şt. Zweig spunea: „Creativitatea reprezintă valoarea superioară tuturor valorilor umane, sensul suprem."

Rezumat

Factorii inhibanți pentru creativitate pot fi diferențiați pentru toate cele patru fațete de fond ale creativității: personalitate, proces, produs, climat creativ.

Metodele de stimulare a creativității pot fi destinate fie personalității creatoare, fie produsului creator. Dintre metodele destinate personalității creatoare amintim metodele psihoterapiei (metode bazate pe discuția individuală, psihoterapiile de grup, metode de valorificare a calităților ambianței fizice şi interpersonale şi metode de relaxare) şi metodele sugestive (sugestopedia, metoda sofronică, controlul mental Silva, hipnoterapia). Metodele destinate produsului creator pot fi: metode imaginative (brainstormingul, sinectica, metoda Philips 6-6, discuția Panel, metoda 6-3-5, metoda Delphi, metoda Frisco) şi metode raționale (metoda listelor, metodele matriciale).

Dezvoltarea creativității trebuie să înceapă de la cea mai fragedă vârstă şi să continue şi după şcolaritate, sub îndrumarea părinților şi educatorilor, prin crearea unui context cât mai stimulativ pentru creativitate.

Concepte-cheie

– *psihodrama* îşi propune asimilarea de către individ, într-o ambianță ludică, a unor tehnici de viață, roluri, abilități, comportamente, cu destinație extrem de diversă (inclusiv creativă), prin

Universitatea SPIRU HARET

valorificarea laturii gestico-mimico-verbale, pentru a elibera şi proiecta în afară, toate energiile reprimate;

– *sugestopedia*: reprezintă o aplicare a sugestologiei în învăţământ, în domeniul învăţării limbilor străine, prin captarea şi valorificarea forţelor latente, depozitate în inconştient;

– *sofrologia* este o orientare care urmăreşte stabilirea unui nou echilibru între toate cele trei instanţe majore ale omului: trup, mental şi spirit, utilizând tehnici speciale, care au ca scop dobândirea unei stări deosebite de conştiinţă, aflată în spaţiul dintre veghe şi somn. şi anume conştiinţa sofroliminală;

– *controlul mental Silva* este o metodă care îşi propune o programare a propriului creier prin valorificarea în registrul alpha a forţelor latente, preţioase, pentru fortificarea generală a persoanei în confruntarea cu obstacolele vieţii;

– *brainstorming*-ul este cea mai des folosită metodă de stimulare a creativităţii de grup, foarte utilă în producţie, elaborată de Osborn în 1935 şi pleacă de la două principii esenţiale: amânarea judecăţii pentru a putea căuta soluţii; productivitate imaginativă cât mai mare pentru a se ajunge la soluţii viabile;

– s*inectica* este o metodă calitativă, fiind elaborată o singură soluţie ce va fi ajustată ulterior, bazându-se pe două principii esenţiale: transformarea straniului (necunoscutului) în familiar (cunoscut); transformarea familiarului în straniu, permiţând o distanţare de problemă şi abordarea ei dintr-o perspectivă neuzuală;

– *metoda Philips 6-6* presupune reunirea a 30-50 persoane cu specialităţi diferite, din care se formează grupe de 6 persoane, fiecare cu un lider, care va prezenta un raport asupra discuţiilor purtate în 6 minute;

– *metoda Panel* se desfăşoară într-un grup de 5-7 persoane, cu competenţe în domeniul respectiv, discuţie ce se poartă în faţa unui auditoriu care intervine prin intermediul unor cartonaşe care conţin întrebări, informaţii;

– *metoda 6-3-5* presupune organizarea de grupuri de 6 persoane, ce trec soluţiile pe o foaie cu trei coloane, care circulă pe la fiecare, după 5 minute;

– *metoda Delphi* este o metodă prin care un grup de experţi completează un chestionar, într-un timp stabilit; chestionarele sunt apoi colectate şi se retransmit aceloraşi persoane, dar însoţite şi de răspunsurile celorlalţi participanţi pentru o retuşare şi ajutare a acestora;

Universitatea SPIRU HARET

– *metoda Frisco* are ca principală caracteristică atribuirea unor roluri de către moderator (tradiționalul, exuberantul, pesimistul, optimistul);

– *metoda listelor* presupune descompunerea fiecărei probleme în elementele sale componente şi îmbunătățirea fiecărei componente în parte;

– *metodele matriceale* presupun trecerea pe orizontală şi pe verticală a variabilelor ce urmează a fi asociate şi combinate.

Extensii

Metode de stimulare a creativității

I. Moraru (1995), în afara metodelor menționate mai sus, trece în revistă următoarele metode de stimulare a creativității:

1. *Dialogul*

Socrate şi Platon („Dialoguri”- Platon) au subliniat importanța artei dialogului, care aparține psihologiei (ca geneză de idei, ca gând zămislit), logicii (ca exprimare a gândului corect şi coerent formulat şi exprimat), elocinței (artă a gândirii clare, convingătoare, frumos şi bine rostite) şi euristicii (ca modalitate de a descoperi idei şi lucruri noi, de a rezolva creativ problemele). Încercarea succesivă a unghiului de abordare a problemelor este o regulă metodologică importantă pentru a evita blocajele, un dialog eficient şi creativ însemnând atât respingere, cât şi acceptare (presupune reflexie analitică şi creație valorică asupra opiniei interlocutorului).

2. *Autochestionarea (self-questioning) (dialogul cu sine)*

Este o metodă complementară cu dialogul, fiind o metodă de autoinvestigație a psihicului care-i amplifică astfel potențele creative.

3. *Metoda de descoperiri şi invenții* este o metodă care favorizează ordonarea şi combinarea perceptiv-ideativă. Metoda presupune un tablou de linii şi coloane, pe orizontală şi verticală fiind înscrise variabilele care urmează a fi asociate şi combinate.

4. *Rezolvarea creativă a problemelor în echipă complexă*

Este o metodă de creativitate în microscop utilizată în cazul problemelor complexe şi dificile pentru a căror rezolvare este necesară intervenția unei echipe complexe (Moraru, 1981). Echipa reuneşte specialişti cu profesiuni diferite şi are menirea să rezolve o problemă privind-o simultan şi succesiv, divergent (fiecare profesionist din unghiul profesiunii sale) şi convergent (dintr-un unghi comun, unificator). Echipa are un lider familiarizat cu problemele şi tehnicile

Universitatea SPIRU HARET

de creativitate. Scopul echipei este rezolvarea creativă globală a problemei.

5. *Lansarea de obiective sociale îndrăznețe*

6. *Transformarea obiectivelor sociale în scopuri şi declanşarea energiilor grupurilor şi indivizilor pentru realizarea lor*

7. *Cooperarea creativă a indivizilor şi grupurilor pe generații*

8. *Practicarea meşteşugurilor*

9. *Băncile de idei creative* (B.I.C.)

S-a pornit de la premisa că societatea contemporană şi cea a viitorului vor înființa B.I.C. ca o modalitate practică, eficientă de stimulare a creativității individuale şi grupale. B.I.C. pot deveni instrumente de creativitate socială.

10. *Metoda profesorului* (Kapița)

Pentru Kapița, este specifică doar în cazul descoperirilor ştiințifice, dar I. Moraru crede că poate fi generalizată pentru oricare domeniu al creativității (tehnice, artistice etc). Principiul de la care se pleacă este acela că forma clară de expunere induce adesea un conținut nou şi, de aceea, printr-o formă clară de expunere s-ar putea să apară un fond inedit.

Întrebări

1. Ce metode de stimulare a creativității destinate personalității creatoare cunoaşteți ?
2. Comparați între ele metodele sugestive şi arătați avantajele şi dezavantajele fiecăreia dintre ele.
3. Ce tehnici utilizează sugestopedia ?
4. Ce asemănări şi deosebiri sunt între brainstorming şi sinectică?
5. Care este rolul metodelor de valorificare a calităților ambianței fizice şi interpersonale ?
6. Ce metode de stimulare a creativității destinate produsului creator cunoaşteți?
7. Ce tehnici utilizează psihodrama ?
8. Comparați între ele metodele imaginative şi arătați avantajele şi dezavantajele fiecăreia dintre ele.
9. Treceți în revistă câtiva factori frenatori ai creativității.
10. Ce tipuri de analogii utilizează sinectica ?
11. Ce tipuri de personaje apar în metoda Frisco ?
12. Care sunt etapele brainstormingului ?

Universitatea SPIRU HARET

Bibliografie selectivă

1. Beck, A.T. şi colab., *Cognitive Therapy of Depression,* Guilford Press, New York, 1979.

2. Beck, A. T., *Cognitive Therapy*, în *Comprehensive Textbook of Psychiatry* IV (Kaplan H.I., Sadock B.J., eds.) W. Witkins, Baltimore, London, 1985.

3. Belous, V., *Manualul inventatorului*, Editura Tehnică, Bucureşti, 1990.

4. Cosmovici, A., *Psihologie generală*, Editura Polirom, Iaşi, 1996.

5. Dunette, M. D., Campbell, J., Jaastad, K., *The Effect of Group Participation on Brainstorming effectiveness for two industrial Samples*, în Jurnal of applied psychology, 1963, 47.

6. Gordon, W.J.J., *Synectics. The Developement of creative Capacity*, Harper and Brothers Publishers, New York, 1961.

7. Hay, L. L., *Transformez votre vie*, Editura Vivez Soleil, Genève, 1992.

8. Holdevici, I., Vasilescu, I. P., *Hipnoza şi forţele nelimitate ale psihismului*, Editura Aldomars, Bucureşti, 1991.

9. Lozanov, G., *Suggestologie et suggestopédie. Théorie et pratique*. Rapport final, UNESCO, 1980.

10. Moody, R., *Guérissez par le rire*, Editura R. Lafont, Paris,1978.

11. Moraru, I., *Creativitatea socială. Introducere în socioeuristică*, Editura Politică, Bucureşti,1981.

12. Moraru, I., *Ştiinţa şi filosofia creaţiei*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1995.

13. Moreno, J. L., *Psychodrama*, în Comprehensive Textbook of Psychiatry IV (Freedman A.M., Kaplan H.I., Sadock B.J., eds.) W.WiLkins, Baltimore, London, 1976.

14. Munteanu, A., *Incursiuni în creatologie*, Editura „Augusta”, Timişoara, 1994.

15. Osborn, A. F., *L'imagination constructive. Principes et processes de la pensée creative et du brainstorming*, Dunot, Paris, 1971.

16. Percek, A., *Stresul şi relaxarea*, Editura Teora, Bucureşti, 1992.

17. Roco, M., *Stimularea creativităţii tehnico-ştiinţifice*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1985.

18. Silva, J., Stone R., *The Silva Mind Control*, Editura Inst. Psychoorientology, SUA, 1985.

19. Sol, J. P., *Techniques et méthodes de créativité appliquée ou le dialogue du poete et du logicien*, Editura Universitaires, Paris,1974.

20. Stein, M, *Stimulating Creativity* (vol I,II), Academic Press, New York 1975.

21. Stoica, M, *Psihopedagogia personalităţii*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1996.

22. Verone, P., *Inventica*, Editura Univers, Bucureşti, 1988.

23. Zambrowski-Moreno S., *Vivre sa vie* (en *Relaxation et Programmation positive*), Editura du Levain, Paris, 1989.

Universitatea SPIRU HARET

8. **PERSONALITATEA CREATOARE**

Preocupările pentru caracterizarea personalității creatorului pot fi grupate în două categorii distincte: sunt autori care descriu creatorul ca pe o persoană cu aptitudini şi atitudini creative, capabilă şi motivată să realizeze produse noi şi originale; o altă categorie de autori este cea care consideră că în orice individ există o potențialiate creativă, care se poate dezvolta în condiții corespunzătoare. În acest sens, S. Chelcea spunea: „Creativitatea este o însuşire general umană”.

Printre autorii care au relevat trăsăturile distincte ale personalității creatoare, din perspectivă psihologică şi pluridisciplinară menționăm pe A. Koestler, H.H. Gough, R.B. Cattell, I. Rossman, I. Moraru, P. Popescu-Neveanu, M. Roco, C. Cojocaru.

Într-o cercetare realizată de M. Moldoveanu, autoarea a urmărit identificarea noțiunilor asociate cu noțiunea de personalitate creatoare şi a constatat că respondenții menționau însuşiri generale şi aptitudini creative speciale, care reflectă imaginea creatorului specifică spațiului cultural românesc, astfel: receptivitate față de nou, pasiune pentru creație, instruire, imaginație, cultură, originalitate, tenacitate, pregătire de specialitate.

Deşi am abordat în unul din capitolele precedente factorii stimulatori, respectiv frenatori ai creativității, ne vom opri în continuare, mai pe larg, asupra acelor factori care țin de personalitatea celor cu performanțe creative înalte, şi anume este vorba de aptitudini specifice, atitudini creatoare, motivație, inteligență.

8.1. **Inteligență şi creativitate**

În psihologie s-au conturat următoarele tendințe în abordarea acestei probleme, a relației dintre inteligență şi creativitate:

1. creativitatea a fost explicată prin contribuția, la nivel superior, a gândirii logice, între inteligență şi creativitate existând o strânsă legătură;

2. după ce s-a constatat că inteligenţa şi creativitatea nu pot fi testate cu aceleaşi probe, inteligenţa a fost considerată unul din factorii creativităţii, performanţe superioare putând exista şi în cazul unor persoane cu inteligenţă medie;

3. o altă categorie de orientări supradimensionează rolul inteligenţei pentru creativitate, considerând că între cele două dimensiuni există corelaţii semnificative; această abordare nu a fost susţinută foarte mult, întrucât argumentele aduse nu aveau susţinere, rigoare ştiinţifică.

Între primele două orientări putem înscrie contribuţia lui *J. P. Guilford*, prin modelul său tridimensional asupra intelectului, care permite posibilităţi variate de abordare a creativităţii, considerată a fi dependentă de operarea divergentă, care, la rândul ei, este influenţată de flexibilitate, fluiditate, originalitate, elaborare, dintre care originalitatea are un rol esenţial, dar nu sunt ignoraţi nici factorii nonintelectuali şi cei socio-economici.

În 1950, J. P. Guilford ţine un discurs la Asociaţia Psihologilor Americani, moment ce urma să schimbe modul de abordare al personalităţii, şi în care autorul descria creativitatea ca fiind o „un pattern de trăsături caracteristice ale persoanei creative” şi, de asemenea, indica unele ipoteze pentru cercetarea fluidităţii, flexibilităţii şi a capacităţii de redefinire.

Autorul american, prin modelul tridimensional, cuboid, propune o viziune dinamică asupra inteligenţei, care cuprinde trei dimensiuni principale – conţinuturi, operaţii, produse – prin combinarea cărora se pot obţine 120 de aptitudini diferite (5x4x6=120), după cum se vede în tabelul 5.

Tabel nr. 5

Operaţii	Conţinuturi	Produse
Cogniţia (descoperirea, recunoaşterea sau înţelegerea informaţiei) *Memoria* (reţinerea, stocarea) *Producţia divergentă* (generarea de informaţii variate, pornind de la o informaţie dată) *Producţia convergentă*	*Figural* (perceput sau amintit) *Simbolic* (semn) *Semantic* (de obicei, verbal) *Comportamental* (referitor la comportamentul altora sau al propriei persoane)	*Unităţi (*părţi ale informaţiei, relativ circumscrise) *Clase* (colecţii de unităţi, cu proprietăţi comune) *Relaţii* (legătura dintre unităţi) *Sisteme* (structuri organizate) *Transformări*

(generarea unor concluzii logice, a unui răspuns unic pornind de la o informaţie dată) *Evaluarea* (prin care se stabileşte dacă informaţia este bună)		(schimbări cum ar fi redefinirea, modificarea) *Implicaţii* (contiguităţi între itemii informaţiei)

Modelul prezentat de Guilford, şi care a avut un mare impact în psihologie, este important pentru că se centrează pe cercetarea funcţiilor, a tipurilor de operaţii intelectuale, apropiindu-se de orientarea experimentală şi de cea genetică şi, în acelaşi timp, deschide calea către o abordare dinamică, complexă a inteligenţei şi, implicit, a creativităţii.

În continuare, vom aminti unele cercetări efectuate de Getzels şi Jackson, care au vizat chiar relaţia inteligenţă – creativitate, şi în care s-au folosit următoarele teste de evaluare a creativităţii: completarea de povestiri; inventarea de probleme; percepţia formelor ascunse; asocierea de cuvinte; identificarea utilizărilor multiple ale diferitelor obiecte. În plus, autorii au mai folosit teste de inteligenţă şi chestionare şi tehnici proiective ce vizau aspectele interpersonale. Experimentul a demonstrat că există o corelaţie relativ scăzută între cele două dimensiuni şi că aprecierea copiilor cu inteligenţă superioară era mai bună din partea profesorilor, decât a celor înalt creativi.

Meritul acestui ultim experiment este acela că a deschis calea spre alte cercetări experimentale, care urmau să determine natura relaţiei dintre inteligenţă şi creativitate, cercetări pe care le putem grupa în categorii majore, în funcţie de orientările acestora:

– studii ce au considerat creativitatea un factor independent al inteligenţei şi care pleacă de la premisa că între testele de gândire divergentă şi cele de gândire convergentă nu există corelaţii semnificative;

– cercetări ce consideră că există o dependenţă a creativităţii de inteligenţă, concluzie la care au ajuns în urma corelaţiilor semnificative constatate între cele două dimensiuni;

– corelaţia între creativitate şi inteligenţă se manifestă până la un anumit punct;

– cercetări ce vorbesc de corelaţiile dintre inteligenţă şi creativitate.

Torrance apreciază că potenţialităţile creatoare se desfăşoară la nivel optim atunci când există un anumit prag minim al inteligenţei, de

Universitatea SPIRU HARET

aproximativ 120. Astfel, deşi nu pot fi reduse una la cealaltă, pentru dezvoltarea adecvată a creativităţii, a potenţialului creator, este necesar un anumit nivel al inteligenţei.

Sunt autori, printre care se numără şi M. Bejat, care cred că modelul ierarhic asupra inteligenţei se adaptează mai bine decât cel multifactorial, stabilit pe baza achiziţiilor neurofiziologice (Priban şi Vernon).

Lucrând separat, Guilford între 1951 şi 1952 şi Lowenfeld, între 1958 şi 1959, au observat aceiaşi factori esenţiali ai creativităţii, atât pentru ştiinţă, cât şi pentru artă (M. Bejat, 1981):

1. sensibilitatea faţă de probleme şi faţă de trebuinţele, atitudinile şi sentimentele altora;
2. fluenţa sau asociativitatea gândirii;
3. flexibilitatea, definită ca abilitatea de adaptare rapidă la situaţii noi;
4. originalitatea;
5. aptitudinea de a redefini, de a schimba funcţia unui obiect şi de a-l face util într-o nouă prezentare;
6. capacitatea analitică, aptitudinea de abstractizare;
7. capacitatea de sintetizare;
8. organizarea coerentă a unui proiect, idee.

Sensibilitatea faţă de probleme, atitudinea deschisă faţă de experienţe noi, curiozitatea, dorinţa de a experimenta este un factor atitudinal-cognitiv esenţial al creativităţii.

Flexibilitatea reflectă capacitatea gândirii de a se adapta la diversele solicitări ale situaţiilor, de a aborda divergent situaţiile, de schimba perspectivele de abordare, precum şi capacitatea de autoreglare.

Fluenţa, în cazul gândirii creatoare, este diferită faţă de fluenţa specifică gândirii reproductive, prin natura asociaţiilor care sunt noi şi originale.

Originalitatea, factorul cel mai pregnant al creativităţii, este abilitatea de a produce idei şi imagini noi, de a găsi soluţii noi, ea fiind condiţionată de flexibilitate şi facilitată de fluenţă.

Evident că factorii intelectuali nu acţionează izolat, ci în interdependenţă cu trebuinţele, aptitudinile speciale, trăsăturile de personalitate

8.2. **Aptitudinile speciale**

Se ştie că putem distinge faţete, forme ale inteligenţei, precum şi aptitudini cognitive speciale. Astfel, Mc Kinnon descria două forme,

Universitatea SPIRU HARET

şi anume, inteligența verbală, la care cote mari au scriitorii, şi inteligența spațială, descrisă ca o capacitate de a percepe şi a opera cu aranjamente speciale, fațetă dezvoltată superior la arhitecți.

Guilford, de asemenea, luând în considerare conținutul aptitudinilor, vorbeşte de patru tipuri de inteligență: concretă, simbolică, semantică şi socială:

1. *Inteligența concretă* desemnează aptitudinile implicate în vehicularea informațiilor figurale (informațiile concrete percepute prin văz, auz, pipăit, care nu sunt transformate în semne sau cuvinte), focalizarea fiind pe lucruri concrete şi pe proprietățile lor. Persoanele la care această aptitudine este dezvoltată la nivel superior sunt inginerii, artiştii, muzicienii.

2. *Inteligența simbolică* este importantă pentru capacitatea de a recunoaşte cuvinte, de a opera cu numere, aşadar informațiile vehiculate sunt sub formă de semne (literele alfabetului, notele muzicale). Această aptitudine este esențială pentru dezvoltarea limbajului şi pentru matematică.

3. *Inteligența semantică* permite operarea cu noțiunile verbale, aşadar cu informațiile sub forma înțelesurilor ataşate cuvintelor. Aceste informații sunt importante în comunicarea verbală, în gândire.

4. *Inteligența socială şi capacitatea empatică* permite vehicularea informației neverbale din interacțiunile sociale, în care un rol important îl joacă înțelegerea atitudinilor, dorințelor, intențiilor, percepțiilor personale şi ale celorlalți. Este o formă a inteligenței importantă pentru profesori, medici, politicieni, psihologi.

S-a constatat, în literatura de specialitate, că nu întotdeauna există o corelație pozitivă între inteligență şi aptitudinile speciale, mai ales în artele plastice, muzică, balet. Spre exemplificare, vom prezenta componentele esențiale ale câtorva aptitudini specifice anumitor domenii:

Aptitudinea matematică este una din aptitudinile care prezintă o corelație mai puternică cu inteligența şi dispune de următoarele componente: capacitatea de generalizare; capacitatea de transpunere cu uşurință a unor rezultate obținute la diferite probleme, la alte probleme; abilitatea de a realiza asociații generalizatoare.

Aptitudinea tehnică a înregistrat o corelație scăzută cu inteligența, şi presupune existența următoarelor componente: dexteritatea manuală, percepția spațială, gândirea de tip tehnic, achiziția de informație tehnică.

Aptitudinea muzicală are componentele: simțul ritmului, al înălțimii şi intensității sunetului, al memoriei tonale.

Universitatea SPIRU HARET

Aptitudinea pentru artă grafică implică existența unor abilități de a desena, capacitatea de fixare rapidă şi exactă a imaginii vizuale a obiectelor, conservarea ei mai mult timp.

S-a constatat că ultimele două tipuri de aptitudini corelează puțin cu inteligența, fără ca aceasta să însemne că performanțele superioare în muzică sau artă se pot realiza pe un fond deficitar din punct de vedere intelectual sa, dimpotrivă, să însemne că o inteligență de nivel superior asigură în mod obligatoriu creativitatea în muzică şi artă.

Unul din argumentele aduse în literatura de specialitate în favoarea dezvoltării independente a inteligenței şi a unor aptitudini speciale (muzică, desen) este cazul „savanților idioți", adică a persoanelor cu retard mental moderat, dar care au performanțe superioare în desen, execuția vocală sau la pian a unor arii auzite în experiența lor. Un caz celebru este cel al lui Gottfried Mind, supranumit „Rafael al pisicilor", care, deşi avea retard mental, dispunea de o aptitudine remarcabilă de a desena diferite animale, pisici, urşi, cerbi, iepuri, dar şi grupuri de copii, una din lucrările lui fiind cumpărate chiar de George al IV-lea al Angliei.

8.3. **Stilul cognitiv**

M. Bejat vorbeşte de un factor general, şi anume, stilul cognitiv, descris ca modul constant de răspuns organizat, constituit în urma întăririlor şi experiențelor trăite. Stilul cognitiv reflectă forma cunoaşterii, modul în care cunoaşte omul, cum percepe, cum gândeşte, modul în care receptează şi prelucrează în mod obişnuit informația, indiferent de ce informație este vorba.

Stilul cognitiv reflectă modul specific în care se exprimă o anumită capacitate de a gândi, inteligența sau creativitatea, şi este consecința influențelor exercitate de experiența personală, prin educație. Stilul de muncă intelectuală formează, alături de stilul afectiv şi cel comportamental, structura personalității umane, dar stilul cognitiv are un rol covârşitor mai ales asupra activității creatorilor din diverse domenii. Creativitatea este rezultatul interacțiunii dintre aptitudini, atitudini şi educație. (M. Bejat, 1981)

Într-o cercetare realizată asupra stilului cognitiv, el ajunge la următoarele concluzii:

1. între creativitate şi productivitatea ştiințifică există o corelație pozitivă;

Universitatea SPIRU HARET

2. creativitatea este puternic influențată de tipul rezonanței intime (introversie, extraversie, ambiegalitate, coartare) şi de trăsăturile de stil cognitiv (operativitate convergentă sau divergentă, operații de analiză sau sinteză);

3. factorii favorizanți pentru creativitate sunt introvesia şi ambiegalitatea, echilibrul relativ dintre analiză şi sinteză, şi respectiv, dintre convergență şi divergență;

4. persoanele înalt creative sunt cele ce aparțin tipurilor „dilatate” de rezonanță intimă, introverți şi ambiegali, cu stiluri de percepere şi gândire mixte, adică sintetico-analitic şi divergent-convergent;

5. există un prag al inteligenței sub care creativitatea nu se poate dezvolta, dar peste care putem vorbi de o relativă independență, putând exista două tipuri de inteligență, una sterilă şi una creativă;

6. sistemul de învățământ stimulator pentru creativitate este acela care dezvoltă capacitatea de sinteză şi operativitatea divergentă a gândirii.

8.4. **Motivația creatoare**

Motivația este un factor extrem de important în declanşarea şi explicarea actului creator, întrucât produce şi focalizează energiile creative pe obiectivele stabilite (M. Moldoveanu, 2001). Motivația este premisa subiectivă pentru formarea unei atitudini, fiind formată din nevoi care-l determină pe individ să aibă un anumit comportament.

Vom trece în revistă, în continuare, principalele modalități în care a fost abordată motivația creativă de către câteva orientări esențiale din psihologie:

– teoria psihanalitică, prin S. Freud şi apoi Ernest Dichter, prezintă motivele inconştiente ca forțele dinamizatoare ale comportamentului uman, implicit în actul de creație, au rolul de motive inconştiente. Motivația inconştientă a creatorilor poate fi cunoscută prin interviuri de profunzime şi teste proiective care pot releva motivele profunde care determină decizia de a crea. Ch. Maouron şi J. P. Weber, pornind de la acest tip de abordare, introduc noțiunea de *psihobiografie*, care ar reprezenta *studiul interacțiunii dintre om şi operă*.

– A. Maslow explică acțiunile umane prin intermediul unor nevoi specifice, cum sunt cele fiziologice, de siguranță, sociale, de statut, de autoactualizare (de realizare, de creație). Se consideră că

Universitatea SPIRU HARET

nevoia de a crea este caracteristică unui număr redus de indivizi şi se poate manifesta doar după ce sunt satisfăcute celelalte nevoi.

– A. Moles, în *Sociodinamica culturii,* formulând teoria nivelului cultural, vorbeşte de straturile culturale dintr-o populaţie, începând cu cel al analfabeţilor şi terminând cu creatorii intelectuali, model ce reflectă ponderea creatorilor în raport cu instrucţia sau nivelul cultural al diferitelor segmente sociale (tabelul nr. 6).

Tabel nr. 6

Nr. crt.	**Ponderea indivizilor**	**Straturile culturale**
1	$1\text{-}10^9$	Analfabeţi
2	$0.5\text{-}10^9$	Cei care ştiu să citească, dar nu sunt supuşi fluxului mass-media
3	$0,8\text{-}10^9$	Cei care au conexiuni permanente cu un sistem de comunicaţii de masă, de educaţie în trepte
4	$0.3\text{-}10^9$	Indivizii cu educaţie primară completă, educaţie tehnică; prezenţa cinematografului, radioului, televiziunii.
5	$0.08\text{-}10^9$	Indivizii cu educaţie secundară, lectură de cărţi.
6	$20\text{-}10^6$	Persoanele cu educaţie superioară. Şcoli tehnice, trecere prin universitate, corespondenţă personală (micromedii culturale)
7	$0.5\text{-}10^6$	Creatorii intelectuali

– teoria lui Fr. Heryberg prezintă ca factor motivaţional fundamental satisfacerea sau insatisfacerea individului. Ch. Hughnes, pornind de la această teorie, accentuează rolul nevoilor de dezvoltare capabile să motiveze conduitele umane, aşadar, oamenii se implică în demersuri creatoare pentru a-şi satisface anumite nevoi.

8.5. **Atitudinile creatoare**

Atitudinea este descrisă de J. Stoetzel ca fiind „maniera în care o persoană se situează în raport cu obiectele de valoare", tendinţa individului de a avea o reacţie pozitivă sau negativă faţă de o valoare social-acceptată.

Universitatea SPIRU HARET

Cercetând indivizii înalt creatori, M. Roco a identificat o serie de atitudini creative dominante: interes față de nou; atracție față de problemele dificile; capacitatea de a anticipa problemele dificile; curaj în abordarea dificultăților; independență în gândire şi acțiune; nonconformism; evitarea rutinei; perseverență; atracție față de complexitate; tendința de autodepăşire; dorința de autoperfecționare; aprecierea valorilor.

La rândul ei, M. Moldoveanu a identificat următoarele atitudini manifestate față de persoanele înalt creative: recunoaşterea publică; recompensele morale şi financiare; condiții de muncă şi viață adec-vate; climat dominat de concurență; protecție socială şi psihică; posibilitatea de a avea contacte stimulative; libertate de creație şi comunicare. De asemenea, atitudinile dominante, depistate în rândul creatorilor români ar fi corelarea imaginii de sine cu imaginea asupra celorlalți.

Pentru I. Moraru, atitudinile se pot constitui în criteriu de diferențiere pentru formele creativității, şi anume creativitatea individuală, care presupune comportamente de explorare, de căutare şi experimentare a noului, şi creativitatea socială, caracterizată de disponibilitatea de a înțelege, de a încuraja pe ceilalți ce dispun de capacități creatoare, de a le crea un climat stimulativ pentru creativitate.

8.6. **Tipologia creatorilor**

În literatura de specialitate întâlnim frecvente încercări de tipologizare a creatorilor, dintre care le vom aminti pe cele mai semnificative.

Vasile Munteanu propune o tipologie, pornind de la aptitudinile specifice şi de la sistemul atitudinal, care cuprinde următorii creatori:

– creatori potențiali, cu aptitudini pentru creație, dar care nu au o atitudine creativă;

– creatori manifeşti care au şi aptitudini şi atitudini creative pozitive;

– pseudocreatori, cei care doresc să se manifeste, dar fără să dispună de aptitudini creatoare;

– noncreatori, persoanele ce sunt lipsite de aptitudini şi atitudini creative.

Pornind de la aceleaşi dimensiuni ale personalității, H.H. Gough foloseşte analiza factorială şi realizează următoarea tipologie a creatorilor: fanaticii, inițiatorii, diagnosticienii, erudiții, artificialii, esteții, metodologiştii, independenții.

Universitatea SPIRU HARET

Poate cea mai complexă tipologizare este cea care aparține lui I. Moraru, care pornește de la cele 6 eureme fundamentale: eurema de acumulare și comprehensiune a informațiilor; eurema asociativ-combinatorie; eurema energetic-stimulatorie; eurema critică; eurema ideativ-perceptivă; eurema de obiectualizare a imaginii (I. Moraru, 1995).

1. *Tipul cu indice mic de creativitate* este creatorul cu o capacitate redusă de acumulare și comprehensiune a informațiilor, care poate fi acompaniat de abilitate asociativ-combinatorie mică, pe un fond energetic-stimulatoriu scăzut. Progresul poate fi obținut prin existența unor factori de mediu, culturali favorabili, iar capacitățile sunt condiționate și de activitate.

2. *Tipul volitiv* dispune de un fond energetic ridicat, dar energia este cheltuită în mod neproductiv, întrucât este dezvoltată latura motivațional-afectivă în detrimentul celei asociativ-combinatorii; aceste persoane lucrează bine după indicațiile date de cineva, fiind potrivite pentru activități de execuție.

3. *Tipul cumulativ* este persoana ce dispune de variate cunoștințe din multe domenii ale cunoașterii, dar nu are capacitatea de a le asocia, combina într-un mod nou și original, așadar indicele de creativitate este redus.

4. *Tipul combinativ-volitiv* dispune de o cantitate relativ mică de informații care se poate asocia cu o capacitate crescută asociativ-combinatorie. El poate efectua un număr foarte mare de asociații, combinații pe baza unui număr relativ mic de elemente.

5. *Tipul combinativ-nevolitiv* dispune de abilități asociativ-combinatorii, dar nu de cele volitive, care i-ar putea permite obiectivarea, finalizarea proiectelor creative.

6. *Tipul cumulativ-combinativ-volitiv* este tipul geniului creativ, care are variate cunoștințe, abilități de combinare a acestora, și de asemenea, un fond energetic stimulatoriu ridicat. Persoanele din această categorie au cel mai ridicat indice de creativitate și au deschidere spre multe domenii de activitate.

7. *Tipul combinativ-fabulativ* are la un nivel inferior capacitatea de a critica, iar funcția asociativ-combinatorie îi este excesiv dezvoltată. Proiectele sale sunt în general, fanteziste, irealizabile.

8. *Tipul combinativ-critic* are în echilibru imaginația și gândirea de tip critic, acest echilibru fiind favorabil ideilor realiste și originale.

9. *Tipul cumulativ-hipercritic* are o funcție critică excesivă, și astfel, chiar dacă apar multe idei originale prin filtrul critic sunt înlăturate de la început și nu mai sunt materializate.

Universitatea SPIRU HARET

10. *Tipul ideativ* este persoana nimerită pentru activităţile de concepţie, pentru elaborarea ideilor originale, a soluţiilor ingenioase şi mai puţin pentru activităţile de proiecţie şi construcţie.

11. *Tipul ideativ-imagistic*, la care ideaţia şi capacitatea de vizualizare a ideilor se află în echilibru. Aceste persoane au atât capacitatea de a elabora idei noi şi originale, cât şi de a le transforma în proiecte, de a le da contur.

12. *Tipul imagistic* are o predominanţă a structurii imagistice, iar structura de elaborare a ideilor originale este mai puţin conturată. Acest tip poate completa tipul ideativ şi este ideal pentru activităţile de proiectare.

13. *Tipul ideativ-imagistic-obiectual* este tipul în care regăsim inginerii caracterizaţi de existenţa unui echilibru între structura ideativă, imagistică şi obiectuală. Aceste caracteristici le permit să elaboreze idei noi şi originale, pe care le desfăşoară în proiect şi le transpun ulterior în obiecte materiale, funcţionale.

Rezumat

Deşi nu se poate considera că între inteligenţă şi creativitate există, în mod obligatoriu, o corelaţie pozitivă sau o echivalenţă, pentru dezvoltarea adecvată a potenţialului creator este necesar cel puţin un nivel mediu al inteligenţei. Modelul teoretic cel mai important, care se opreşte asupra acestui aspect, este modelul tridimensional al lui J. P. Guilford.

Acelaşi autor vorbeşte de patru forme ale inteligenţei, fiecare fiind importantă pentru anumite domenii de activitate.

Alte dimensiuni importante ale personalităţii creatoare sunt stilul cognitiv, ca formă specifică de cunoaştere a individului, şi motivaţia creatoare, ca premisă subiectivă pentru formarea unei atitudini favorabile demersurilor creative.

Concepte-cheie

– *inteligenţa concretă* desemnează aptitudinile implicate în vehicularea informaţiilor figurale (informaţiile concrete percepute prin văz, auz, pipăit, care nu sunt transformate în semne sau cuvinte), focalizarea fiind pe lucruri concrete şi pe proprietăţile lor;

– *inteligenţa simbolică* este importantă pentru capacitatea de a recunoaşte cuvinte, de opera cu numere, aşadar informaţiile vehiculate sunt sub formă de semne (literele alfabetului, notele muzicale);

Universitatea SPIRU HARET

– *inteligența semantică* permite operarea cu noțiunile verbale, aşadar cu informațiile sub forma înțelesurilor ataşate cuvintelor;

– *inteligența socială şi capacitatea empatică* permit vehicularea informației neverbale din interacțiunile sociale, în care un rol important îl joacă înțelegerea atitudinilor, dorințelor, intențiilor, percepțiilor personale şi ale celorlalți;

– *stilul cognitiv* reflectă modul specific în care se exprimă o anumită capacitate de a gândi, inteligența sau creativitatea, şi este consecința influențelor exercitate de experiența personală, prin educație.

Extensii

Structura euristică este un ansamblu de părți funcționale în relație, care are o funcție esențială de a produce noul, originalul.

Euremele sunt acele structuri psihice fundamentale care participă la realizarea creativității, a invențiilor, descoperirilor. Structurile euristice, în ansamblu, formează psihicul (persoana) ca sistem creativ integral.

În realizarea creației şi creativității participă următoarele eureme:

– *eurema de acumulare şi comprehensiune* a informației, realizată, în principal, prin intermediul memoriei, gândirii, limbajului, intereselor;

– *eurema asociativ-combinatorie*, realizată prin intermediul inteligenței, imaginației, memoriei, nivelurilor conştiente şi inconştiente ale psihicului;

– *eurema energetică-stimulatorie* pentru care conlucrează pasiunea, sentimentele, motivația, interesele, curiozitatea, forța proceselor nervoase superioare, voința, curajul, atracția față de descoperiri, invenții;

– *eurema* critică, realizată de gândirea analitică, inteligență, gândirea critică a conştiinței;

– *eurema ideativ-perceptivă*, desfăşurată prin participarea componentelor ideative şi perceptive;

– *eurema de obiectualizare* a imaginii, la care participă elementele ideativ-perceptive.

Pe lângă aceste eureme fundamentale, la creativitate pot participa şi alte structuri operaționale.

Întrebări

1. Cum puteți descrie raportul dintre inteligență şi creativitate?
2. Prezentați modelul tridimensional al lui J. P. Guilford.
3. Care sunt cele patru forme ale inteligenței descrise de J. P. Guilford?

Universitatea SPIRU HARET

4. Prezentaţi teoria nivelului cultural.
5. Care sunt atitudinile specifice persoanelor înalt creative?

Bibliografie selectivă

1. Bejat, M., *Factorii individuali şi psihosociali ai creativităţii* în *Creativitatea în ştiinţă, tehnică şi învăţământ,* M. Bejat (coord), Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1981.

2. Bejat, M., *Personalitate, stil cognitiv şi creativitate ştiinţifică*, în *Creativitatea în ştiinţă, tehnică şi învăţământ,* M. Bejat (coord), Editura Didactică şi Pedagogică.

3. Căpâlneanu, I., *Inteligenţa şi cunoaşterea ei*, Editura Militară, Bucureşti, 1973.

4.Guilford, J. P., *The Nature of Human Intelligence*, Mc Graw-Hill Book Company, New York, 1967.

5. Moldoveanu, M., *Mentalitatea creativă – perspectivă psihosociologică*, Editura Coresi, Bucureşti, 2001.

6. Moraru, I., *Ştiinţa şi filosofia creaţiei*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1995.

7. Roşca, Al, *Creativitatea,* Editura Enciclopedică, Bucureşti, 1972.

8. Stănciulescu, T. D., *Tratat de creatologie*, Editura Performantica, Iaşi, 1998.

Universitatea SPIRU HARET

9. SUPRADOTAREA ŞI CREATIVITATEA

9. 1. Definirea supradotării

Supradotarea desemnează o manifestare umană cu multiple faţete, având ca element dominant performanţele excepţionale şi este consecinţa îmbinării unor capacităţi intelectuale şi aptitudini cu anumite trăsături de personalitate.

Definirea supradotării a fost realizată prin mai multe modalităţi, şi anume:

1. *obiectiv,* prin raportare la rezultatul obţinut la un test de inteligenţă; nivelul de unde se consideră că începe supradotarea este diferenţiat în literatura de specialitate (A. Bandura şi A. Herth vorbesc de 110, ca nivel al coeficientului de inteligenţă; Thorndike – 120, D. Wechsler, L. Hollinworth, K. Garison – 125, 130. L. M. Terman – 140);
2. *descriptiv,* cu referire la obţinerea unei performanţe;
3. *comparativ,* prin compararea trăsăturilor unui copil supradotat cu cele ale unuia de nivel mediu.

Dar, cel mai frecvent este menţionată definiţia oferită de Marland în 1972: „Sunt supradotaţi şi talentaţi acei copii identificaţi de persoane profesional calificate şi care, în virtutea abilităţilor lor deosebite, sunt capabile de performanţe ridicate. Aceştia sunt copii care au nevoie de programe de educaţie diferenţială şi/sau servicii, care, în mod normal, nu pot fi asigurate de şcolile obişnuite, pentru ca aceştia să-şi poată aduce contribuţia lor pentru sine şi nu pentru societate. Copiii capabili de performanţe înalte sunt cei care demonstrează achiziţii şi/sau abilităţi potenţiale de genul: abilităţi intelectuale generale; aptitudini academice specifice; gândire creativă sau productivă; abilităţi de lider; abilităţi interpretative; abilităţi psihomotorii. Se poate spune că, utilizând aceste criterii pentru identificarea dotaţilor şi talentaţilor, va fi cuprinsă minim 3-5% din populaţia şcolară”.

E. M. Drews menţionează trei tipuri de indivizi supradotaţi:

– intelectualul creator;
– studiosul cu rezultate superioare;

Universitatea SPIRU HARET

– conducătorul social.

De asemenea, M. R. Sumption şi E. M. Lueking consideră că principalele aptitudini la care putem întâlni supradotarea sunt:

– aptitudinea şcolară;
– aptitudinea creatoare;
– aptitudinea de conducere;
– aptitudinea artistică;
– aptitudinea ştiinţifică;
– aptitudinea tehnică;
– aptitudinea socială.

Procentele de persoane supradotate, înregistrate în populaţia unei categorii de vârste, sunt diferite, în funcţie de pragul intelectual minim stabilit la nivelul inferior: 1% pentru K. C. Garison, H. Simon; 2% - D. Wechsler; 3% - C. Burt, C. E. Skinner; 5-10%, M. R. Sumption, E. M. Lueking; 6% - A. Hulth.

9.2. **Detectarea şi stimularea copiiilor superior înzestraţi**

Profilul psihologic al copiilor superior înzestraţi cuprinde, în primii ani de viaţă, următoarele trăsături: activism, receptivitate superioară, precocitatea vorbirii, bogăţia vocabularului, spirit interogativ, memorie bună, imaginaţie bogată; uneori apare, la trei ani, dorinţa de a citi, prin încercări de a descifra titluri de ziare, cărţi, reclame. Pentru a stimula aceste abilităţi sunt recomandate exerciţii de citire până la patru ani şi de scris şi socotit până la cinci ani.

Diferenţele semnificative care au fost înregistrate între copiii superior înzestraţi şi ceilalţi au fost înregistrate la următoarele niveluri (A. Munteanu, 1994):

– *intelectual*: copiii supradotaţi dispun de o memorie remarcabilă, imaginaţie bogată, existenţa unor dominante atunci când apar aptitudinile speciale, ştiinţifice, tehnice;

– *afectiv:* este prezent un echilibru emoţional, niveluri scăzute ale timidităţii, depresiei şi anxietăţii;

– *caracterial*: încredere în sine, iniţiativă, perseverenţă, conştiinciozitate, nonconformism, preferinţa pentru complexitate;

– *interese*: sunt diversificate, dar fluctuante, în sensul că se plictiseşte repede de problemele uşoare, comune, fiind interesat de cele care-i solicită perseverenţa, abilităţile; în timpul liber citeşte mult, colecţionează diverse obiecte, construieşte aparate;

Universitatea SPIRU HARET

– *relațiile interpersonale*: copiii supradotați sunt mai optimişti, mai toleranți, mai cooperanți cu ceilalți. Familia are un rol important, întrucât adaptarea acesteia la copilul excepțional influențează capacitatea de adaptare psihosocială şi preferința pentru prietenii mai în vârstă decât el, copii sau adulți.

În educația copiiilor supradotați se impun unele exigențe suplimentare, care se referă la aspectele: asigurarea unui standard de viață rezonabil şi a unei ambianțe spirituale incitante, dar nu supra-protectoare şi nici comodă. Organizarea şi instituționalizarea educației elevilor excepționali au fost canalizate în următoarele direcții: constituirea unor şcoli distincte pentru aceştia; organizarea unor activități în afara orelor de curs (olimpiade, cercuri); clasele speciale sau obiectele facultative.

J. Roth şi S. Sussman arătau că metodele prin care pot fi asistați copiii supradotați sunt următoarele:

1. *metode de accelerare*, prin care i se acordă unui copil superior înzestrat posibilitatea de a trece mai repede într-o clasă superioară vârstei sale, dar mai adecvată nivelului său intelectual. Astfel, mai târziu, el se va putea încadra mai repede într-o profesie, lucru ce este eficient din punct de vedere social;

2. *metode de separare (selectare)* care se pot realiza astfel:

a. încadrarea copiilor superior înzestrați în şcoli separate, pe tot parcursul programului;

b. gruparea elevilor pe clase, în funcție de anumite criterii;

c. specializarea prin programe multiple, programe la alegere şi opționale;

d. gruparea elevilor la anumite discipline, funcție de nivelul atins;

e. organizarea de clase speciale, cu program parțial, care să deservească una sau mai multe şcoli;

f. şcoli de vară sau organizate sâmbăta şi grupe de interese extracurriculare, în afara programei şcolare (tehnice, artistice).

3. *metode de îmbogățire*, care se pot referi la măsuri ca: organizarea unor grupe mici în cadrul clasei pentru diferite activități şcolare; studiul individual; elaborarea de proiecte la bibliotecă sau cabinete şcolare.

9.3. **Creativitatea şi supradotarea**

Creativitatea este considerată o condiție a supradotării intelectuale sau a talentului, întrucât copiii superior înzestrați sunt

Universitatea SPIRU HARET

capabili de idei, produse noi, acest lucru implicând corelația dintre creativitate şi abilitățile mentale superioare.

Creativitatea poate fi considerată o altă fațetă a inteligenței, întrucât este folosită în anumite situații, când demersurile logice şi abstracte par a nu mai fi eficiente.

Renzulli propune, în 1977, un model al supradotării intelectuale care prezintă trei dimensiuni esențiale ale supradotării, printre care se află şi creativitatea:

– *aptitudini intelectuale* şi talente peste medie, generale (verbale, numerice, spațiale) şi speciale (pentru anumite obiecte de învățământ) şi care presupun o bună capacitate de operare cu informațiile, şi mai bună adaptare la situațiile atipice, prin folosirea acestor informații;

– *latura afectiv motivațională* a intereselor interne, orientarea spre cunoaşterea şi rezolvarea problemelor în sens larg (perseverența, încrederea în sine);

– *creativitatea* este elementul definitoriu pentru modul de utilizare al potențialului intelectual şi motivației.

Evident, copiii supradotați, cei talentați îşi vor dezvolta şi valorifica aceste potențialități cu ajutorul intervențiilor educaționale, care nu sunt întotdeauna înscrise în sistemele obişnuite de instruire.

Inteligența completează creativitatea, iar prin produsele originale exprimă nivelul valoros de manifestare a intelectului. În acest sens, Sternberg aminteşte că evaluarea activității şi produselor creative ale copiilor supradotați trebuie să se raporteze la următorii indicatori: perfecțiunea, raritatea, productivitatea, demonstrabilitatea, valoarea socială (M. Jigău, 1994).

Întrucât procesul creativității presupune independența şi divergența gândirii, nonconformismul, comportamente productive neuzuale, persoanele înalt creative vor avea mai multe probleme de adaptare, lucru care se întâmplă şi în cazul copiilor supradotați. Ambele categorii de copii, creativi şi supradotați, îşi vor consuma o parte din resursele lor de creație sau învățare în dorința de a reduce tensiunea creată de o ambianță constrângătoare pentru ei, ca norme, reguli, obişnuințe. Dacă acest conflict este prelungit şi devine acut, pot apărea disfuncții de genul: dificultăți şcolare, tulburări de comportament, stări nevrotice.

Uneori, este greu de delimitat ponderea timpului sacrificat de un copil pentru creația sa, prin parcurgerea unor stadii critice de dezvoltare sau cât se pierde din potențialul creator al fiecărui individ datorită unei ambianțe familiale, şcolare sau sociale rigide şi constrângătoare.

Universitatea SPIRU HARET

Copiii supradotați, care sunt şi creativi, pot pune probleme pentru atmosfera şcolară, în special datorită stilului de relaționare cu ceilalți, a stilului de a învăța, de a reacționa, originalitatea fiind condiția lor de „funcționare intelectuală ” (M. Jigău, 1994).

S-a constatat că indivizii care au un nivel superior al inteligenței nu sunt neapărat şi cei mai creativi, întrucât, aşa cum arătat şi într-un capitol precedent, este nevoie totuşi, de un nivel cel puțin mediu al inteligenței, pentru a se dezvolta potențele creative, dar fără ca aceasta să asigure manifestarea unui nivel superior al creativității.

O modalitate de stimulare a potențialului creator ar fi inițierea unor jocuri de creativitate într-o atmosferă relaxantă, de umor, iar probele să fie de gândire divergentă, care i-ar putea arăta copilului superior înzestrat că pot fi identificate mai multe soluții la o problemă, mai multe răspunsuri, că se pot face asociații ale elementelor deja existente, şi că sunt reguli de rezolvare ce pot fi ignorate, în scopul de a ajunge la produse noi, neuzuale.

Rezumat

Supradotarea este o manifestare complexă, cu multiple dimensiuni intelectuale, aptitudini şi trăsături de personalitate.

În literatura de specialitate supradotarea a fost descrisă în mod obiectiv, descriptiv şi comparativ.

Copiii superior înzestrați pot fi ajutați, asistați prin integrarea într-o clasă superioară vârstei, prin separarea lor în forme speciale de învățământ, sau de îmbogățire, prin diverse forme.

Creativitatea poate fi considerată o condiție a supradotării intelectuale, a talentului.

Concepte-cheie

– s*upradotarea* este o manifestare umană complexă, excepțională, şi fiind consecința îmbinării unor abilități intelectuale şi aptitudini cu anumite trăsături de personalitate;

– *metode de accelerare* sunt metodele prin care i se acordă unui copil superior înzestrat posibilitatea de a trece mai repede într-o clasă superioară vârstei sale, dar mai adecvată nivelului său intelectual;

– *metode de separare (selectare)* a copiilor superior înzestrați sunt modalități prin care copiii sunt încadrați în şcoli separate, sunt grupați pe clase diferite, participă la anumite programe sau cursuri de vară sau de sâmbătă;

Universitatea SPIRU HARET

– *metode de îmbogățire*, care se pot referi la măsurile: organizarea unor grupe mici în cadrul clasei pentru diferite activități şcolare; studiul individual; elaborarea de proiecte la bibliotecă sau cabinete şcolare.

Extensii

Geniu, supradotare, talent, sunt noțiuni ce au fost distinse de către specialişti, în modul următor:

– geniul este definit în termeni de creativitate şi performanțe excepționale în ştiință sau artă;

– supradotarea este, în general, o noțiune ce se referă la aspectele intelectuale, fiind vorba de o inteligență superioară celor de aceeaşi vârstă, şi de capacitatea de a avea performanțe superioare;

– copiii supradotați sunt cei cu un potențial deosebit de a inova, inventa, crea produse materiale sau spirituale;

– talentul este consecința unor aptitudini antrenate şi manifestate în domeniul artistic, academic, social.

Întrebări

1. Ce este supradotarea?
2. Care sunt modalitățile principale prin care a fost descrisă supradotarea?
3. Care sunt principalele diferențe dintre copiii superior înzestrați şi ceilalți?
4. Prin ce metode pot fi asistați copiii superior înzestrați?
5. Descrieți relația supradotare - creativitate.

Bibliografie selectivă

1. Jigău, M., *Copiii supradotați*, Editura Ştiință şi tehnică, Bucureşti, 1994.
2. Munteanu, A., *Incursiuni în creatologie,* Editura Augusta, Timişoara, 1994.
3. Renzulii, J., *The Enrichment Triad Model: A Guide for Developing Defensible Programs for the Gifted and TalentEditura* Mansfield Center, Creative Learning Press, 1977.

Universitatea SPIRU HARET

BIBLIOGRAFIE GENERALĂ

Alopi, C., *Creativitate şi inovare*, Editura A. S. E., Bucureşti, 2002.

Amabile, T., *Creativitatea ca mod de viaţă*, Editura Ştiinţă şi tehnică, Bucureşti, 1997.

Arieti, S., *Creativity. The Magical Synthesis*, Basic Books, New York, 1976.

Athanasiu, A., *Suferinţă şi creaţie. Influenţa suferinţei şi a bolii asupra personalităţii şi operei marilor creatori de cultură*, Editura Tehnică, Bucureşti, 1998.

Barron, F., *Creativity and personal Freedom*, Van Nostrand, Princeton, Toronto, 1968.

Beaudot, A., *La créativité a l'école*, P.U.F., Paris 1969.

Beck, A.T. şi colab., *Cognitive Therapy of Depression,* Guilford Press, New York, 1979.

Beck, A.T., *Cognitive Therapy*, în *Comprehensive Textbook of Psy-chiatry* IV (Kaplan H.I., Sadock B.J., eds.) W.Witkins, Baltimore, London, 1985.

Bejat, M., *Factorii individuali şi psihosociali ai creativităţii* în *Creativitatea în ştiinţă, tehnică şi învăţământ,* M. Bejat (coord), Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1981.

Bejat, M., *Personalitate, stil Cognitiv şi creativitate ştiinţifică*, în *Creativitatea în ştiinţă, tehnică şi învăţământ,* M. Bejat (coord), Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1981.

Belous, V., *Manualul inventatorului*, Editura Tehnică, Bucureşti, 1990.

Caluschi, M., *Grupul mic şi creativitatea,* Editura Cantes, Iaşi, 2001.

Căpâlneanu, I., *Inteligenţa şi cunoaşterea ei*, Editura Militară, Bucureşti, 1973.

Cojocaru, C., *Creativitate şi inovare*, Editura Ştiinţifică, Bucureşti, 1975.

Cosmovici, A., *Psihologie generală*, Editura Polirom, Iaşi, 1996.

Cropley, A. J., *Creativity*, Longmans, Green, 1967.

Dincă, M., *Teste de creativitate*, Ed, Paideia, Bucureşti, 2001.

Dunette, M. D., Campbell J., Jaastad K., *The Effect of Group Participation on Brainstormind effectiveness for two industrial Samples*, în Jurnal of applied psychology, 1963, 47.

Făcăoaru, C., *Performanţe creatoare şi evaluarea socială a aptitudinilor creative în tehnică*, Rev. de Psihologie, nr.4, 1976.

Getzels, J. W., Jackson, Ph. W., *Creativity and Intelligence*, The University of Chicago, John Wiley Sons. Inc., London, 1962.

Gordon, W.J.J. *Synectics. The Developement of Creative Capacity*, New York, Harper and Brothers Publishers, 1961.

Universitatea SPIRU HARET

Gowan, J. C., *Development of the Creativity Individual*, R. Knapp Publisher, San Diego, California, 1972.

Guilford, J. P., *The Nature of Human Intelligence*, Mc Graw-Hill Book Company, New York, 1967.

Guiford, J. P., *Traits of Creativity*, în H. H. Anderson (coord.), *Creativity and its Cultivations*, Harper, 1959.

Hay, L. L., *Transformez votre vie*, Editura Vivez Soleil, Genève, 1992.

Holdevici, I., Vasilescu, I. P., *Hipnoza şi forţele nelimitate ale psihismului*, Editura Aldomars, Bucureşti 1991.

Holland, J. L., *Creative and Academic Performance among Talented Adolescent*, J. Oof Editura Psychol., v.52, 1961.

Jigău, M., *Copiii supradotaţi*, Editura Ştiinţă şi tehnică, Bucureşti, 1994.

Lozanov, G., *Suggestologie et suggestopédie. Théorie et pratique*, Rapport final, UNESCO, 1980.

Mânzat, I., *Istoria universală a psihologiei. Istoria modernă şi contemporană,* Editura Universităţii Titu Maiorescu, Bucureşti, 1994.

McDermid, C. D., *Some Corelates of Creativity in Engineering Personnel*, J. appl. psychol., v.49, 1965.

Miclea, M, Radu, I., *O perspectivă psihologică asupra „problemei”*, Revista de Psihologie nr. 2., 1987.

Minulescu, M., *Teorie şi practică în psihodiagnoză*, Editura Fundaţiei România de Mâine, Bucureşti, 2003.

Moldoveanu, M., *Mentalitatea creativă – perspectivă psihosociologică,* Editura Coresi, Bucureşti, 2002.

Moody, R., *Guérissez par le rire*, Editura R. Lafont, Paris,1978.

Moraru, I., *Creativitatea socială. Introducere în socioeuristică*, Bucureşti, Editura Politică, 1981.

Moraru, I., *Ştiinţa şi filosofia creaţiei*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1995.

Moreno, J. L., *Psychodrama*, în Comprehensive Textbook of Psychiatry IV (Freedman A.M., Kaplan H.I., Sadock B.J., eds.) W. WiLkins, Baltimore, London, 1976.

Munteanu, A., *Incursiuni în creatologie*, Editura Augusta, Timişoara, 1994.

Nicola, Gr., *Istoria psihologiei*, Editura Fundaţiei *România de Mâine*, Bucureşti, 2006.

Oprescu, V., *Aptitudini şi atitudini*, Editura Ştiinţifică, Bucureşti, 1991.

Osborn, A. F., *L'imagination constructive. Principes et processes de la pensée creative et du brainstorming*, Dunot, Paris,1971.

Pavelcu, V., *Culmi şi abisuri ale personalităţii*, Editura Enciclopedică Română, Bucureşti, 1974.

Pârvu, N., *Studii de psihologia artei*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1967.

Percek, A., *Stresul şi relaxarea*, Editura Teora, Bucureşti, 1992.

Perju-Liiceanu, A., *Aspecte interpersonale ale creativităţii* în *Creativitatea în ştiinţă, tehnică şi învăţământ*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1994.

Universitatea SPIRU HARET

Renzulii, J., *The Enrichment Triad Model: A Guide for Developing Defensible Programs for the Gifted and TalentEditura* Mansfield Center, Creative Learning Press, 1977.

Roco, M., *Creativitatea individuală şi de grup*, Editura Academiei, Bucureşti, 1979.

Roco, M., *Particularităţi ale colectivului creator în cercetarea ştiinţifică* în *Creativitatea în ştiinţă, tehnică şi învăţământ*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1981.

Roco. M., *Stimularea creativităţii tehnico-ştiinţifice*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1985.

Roco, M., *Creativitate şi inteligenţă emoţională*, Editura Polirom, Bucureşti, 2001.

Rogers, C., *Toward a Theory of Creativity* în H. H. Anderson (coord.), *Creativity and its Cultivation*, Harper, 1959.

Roşca, Al., *Creativitatea*, Editura Enciclopedică, Bucureşti, 1972.

Roşca, Al., *Creativitatea generală şi specifică,* Editura Academiei, Bucureşti, 1981.

Shouksmith, B. T., *Intelligence and Cognitive Style,* L. T. D. London, 1970.

Silva, J., Stone R., *The Silva Mind Control*, Editura Inst. Psychoorientology, SUA, 1985.

Sol, J.P., *Techniques et méthodes de créativité appliquée ou le dialogue du poete et du logicien*, Editura Universitaires, Paris, 1974.

Stein, M., *Stimulating Creativity* (vol I,II) Academic Press, New York, 1975.

Stoica, M., *Psihopedagogia personalităţii*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1996.

Stănciulescu, T. D., *Tratat de creatologie*, Editura Peformantica, Iaşi, 1998.

Torrance, E. P., *Guiding Creative Talent*, England Cliff, Prentice Hall, New York, 1960.

Torrance, E. P., *The Nature of Creativity as manifest on its testing*, în J.R. Sternberg (coord), *The Nature of Creativity*, Cambridge, England, 1988.

Verone, P., *Inventica*, Editura Univers, Bucureşti, 1988.

Wallas, G., *The Art of Thought* în *Creativity* coord. P. E. Vernon, Penguin Books, Harmond Sworth, Middle Sex, England, 1970.

Zambrowski-Moreno, S., *Vivre sa vie* (în *Relaxation et Programmation positive*), Editura du Levain, Paris, 1989.

Zlate, M., *Fundamentele psihologiei*, partea a III-a, Editura Hyperion, XXI, Bucureşti, 1994.

Dicţionar de psihologie, coord. U. Şchiopu, Editura Babel, Bucureşti, 1997.

Universitatea SPIRU HARET